

Tomi Ahto

KARTOITUS RAUMAN KAUPALLISEN KESKUSTAN KAUPAN
JA PALVELUJEN TILANTEESTA JA KEHITTÄMISESTÄ 2018

Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
2018

KARTOITUS RAUMAN KAUPALLISEN KESKUSTAN KAUPAN JA PALVELUJEN TILANTEESTA JA KEHITTÄMISESTÄ 2018

Ahto, Tomi
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
Toukokuu 2018
Sivumäärä: 44
Liitteitä: 2

Asiasanat: kaupan ala, kaupallinen keskusta, erikoiskauppa, kivijalkakauppa, kysely

Opinnäytetyön aiheena oli kartoittaa Rauman kaupallisen keskustan liikkeenharjoittajien ja kiinteistönomistajien näkemys alueen nykytilanteesta ja tulevaisuudesta. Vastaavan kaltainen tutkimus on tehty aikaisemminkin, mutta niistä on kulunut jo sen verran aikaa, että tutkimuksen uusiminen tuli ajankohtaiseksi. Aihetta lähestyttiin mm. liikevaihdon, vuokratason, kiinteistön arvon ja tilojen toimivuuden kautta. Edellä mainitut olivat tutkimuksessa tutkimuskysymyksinä. Tutkimus toteutettiin kevään 2018 aikana.

Teoreettisessa osuudessa käsiteltiin kaupan alan perustehtäviä, erikoiskauppaa ja kivijalkakauppaa. Teoreettisessa osuudessa sivuutettiin myös erikoiskaupan roolia kaupunkisuunnittelussa ja Vanhan Rauman ainutlaatuisia ominaispiirteitä.

Varsinainen tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimustapana käytettiin sähköistä kyselyä, paperista kyselyä ja haastatteluja. Vastauksia tutkimuksesta kertyi 57. Vastausmäärää voidaan pitää melko hyvänä, joskin suurempi määrä olisi ollut parempi tutkimuksen kannalta.

Tutkimustulokset antavat hyvää tietoa työn toimeksiantajille. Niistä korostuu Rauman kaupallisen keskustan alueen toimijoiden mielipiteiden ja tilanteiden vaihtelevuus. Yleisesti vastaajat olivat kuitenkin optimistisia tulevaisuudennäkymistään. Uusi kauppakeskus tuo tullessaan paljon erilaisia mielipiteitä siitä, miten se tulee vaikuttamaan Rauman kaupalliseen keskustaan. Tuloksista nähdään sekä positiivisia asioita, että kehittämistä kaipaavia kohtia. Tuloksissa korostuu myös yhteistyön ja kommunikaation tärkeys.

SURVEY OF THE CURRENT STATE AND FUTURE OF RESAIL AND SERVICE IN THE CENTER OF COMMERCE OF RAUMA 2018

Ahto Tomi

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in International Trade

May 2018

Number of pages: 44

Appendices: 2

Keywords: retail, center of commerce, brick-and-mortar, survey

The purpose of this thesis was to survey the traders and the real estate owners, to get an idea of how they view their current state as well as the future. Similar surveys have been made before, but enough time has passed since the last one that it was time to conduct a new survey. The big topic was approached through smaller subjects such as, turnover, rent levels, real estate prices and the functionality of spaces. These subjects were used as research questions. The survey was conducted in the spring of 2018.

The theoretical part included the basic functions of trade, specialized stores and brick-and-mortar stores. The theoretical part also had some information on specialized stores in terms of city planning and the unique aspects of Old Rauma.

The actual research was done as a quantitative research. An internet survey, a traditional survey and interviews were used to gather the material for this thesis. 57 answers was the final amount. The amount of answers was somewhat good for this research, but a larger amount would have been better.

The research results give good information to the employers of this thesis. The results show just how complex and varied the opinions and circumstances of the people in the center of commerce of Rauma are. Overall the people who answered to the survey were optimistic about their future. The new shopping center raises some questions on whether it will bring more customers to the area or take them away. The results show that there are positive aspects as well as negative aspects in the area. The importance of good communication and working together is emphasized by the results.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, ONGELMANMÄÄRITTELY JA VIITEKEHYS	7
2.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet	7
2.2	Opinnäytetyön tutkimusongelma ja – tavoitteet	8
2.3	Opinnäytetyön rajat.....	8
2.4	Käsitteellinen viitekehys	9
3	KAUPPA SUOMESSA.....	10
3.1	Kaupan tehtävät	10
3.2	Kaupan palvelutaso ja saavutettavuus	11
3.3	Kilpailu kaupan alalla	13
3.4	Kaupan alan liikevaihto, toimipaikat ja henkilöstö.....	14
4	ERIKOISKAUPPA SUOMESSA.....	16
4.1	Erikoiskauppa kaavoituksessa/kaupunkisuunnittelussa Suomessa ja Raumalla	17
4.2	Kivijalkakauppa Suomessa ja Raumalla.....	21
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	23
5.1	Tutkimusasetelma	23
5.2	Tutkimusote	24
5.3	Tutkimuksen perusjoukko ja otanta	25
5.4	Kysymyslomakkeen laadinta	25
5.5	Aineiston keruu	27
5.6	Aineiston analysointi	28
5.7	Validiteetti ja reliabiliteetti	29
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	30
6.1	Liikevaihto ja sen kehitys	30
6.2	Vuokrataso ja sen kehitys	31
6.3	Kiinteistön arvo ja sen kehitys	33
6.4	Liikekiinteistöjen koko ja toimivuus	34
6.5	Työntekijöiden määrä	36
6.6	Toiminta/omistusaika ja kiinteistön myyminen.....	36
6.7	Yritysten tulevaisuudennäkymät.....	38
6.8	Kanalin länsirannan kauppakeskuksen vaikutukset.....	38

6.9	Avoim kysymys Rauman kaupallisen keskustan nykytilanteesta ja tulevaisuudesta.....	39
7	TULOSTEN YHTEENVETO.....	41
8	POHDINTA.....	44
	LÄHTEET.....	46
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Kyl Raum o ain Raum. Ja Rauman keskusta tulee aina olemaan oleellinen osa sen elinkeinoelämää. Keskustan kehittäminen on kuitenkin haastavaa, koska jokaisella alueella toimivalla henkilöllä on oma mielipide siitä, miten keskustaa voisi parantaa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Rauman kaupallisen keskustan kauppiaiden, yrittäjien ja kiinteistönomistajien näkemys alueen nykytilanteesta ja tulevaisuudesta. Alueen kehittämistä varten tarvittava tieto saadaan nimenomaan parhaiten alueella toimivilta henkilöiltä.

Tämän työn virallisena toimeksiantajana on Rauman Yrittäjät ry, mutta työssä ovat mukana myös Rauman Kaupunki ja Vanhan Rauman Liikekeskusyhdistys ry. Rauman Yrittäjät on osa Satakunnan Yrittäjiä ja Suomen Yrittäjiä. Paikallisyhdistykset kuten Rauman Yrittäjät tukevat jäsenyrityksiään paikallisella tasolla ja ajavat heidän asioitaan maakunnallisella ja kansallisella tasolla.

Tämän työn pääpaino tulee olemaan kyselyssä, johon vastaavat paikalliset yritykset, liikkeet ja kiinteistönomistajat. Kohdealueeksi on määriteltä niin sanottu Rauman kaupallinen keskusta, jolla tarkoitetaan Vanhan Rauman lisäksi muutamia tärkeimpiä alueita ja katuja Rauman keskustasta. Vastauksilla pyritään saamaan tietoa suoraan ihmisiltä, joiden elämään muutokset Rauman keskustassa eniten vaikuttavat. Näiden tietojen pohjalta on mahdollista lähteä kehittämään keskustan toimintaa entistä paremmaksi.

Työn rakenne on seuraava: luvussa 2 esitellään työhön liittyvä käsitteellinen viitekehys sekä tutkimusongelmat ja –tavoitteet, luvuissa 3, 4 ja 5 esitellään aiheeseen liittyvä teoreettinen tieto, luku 6 käsittelee tutkimuksen toteutusta ja luku 7 tutkimuksen tuloksia ja lopuksi luvussa 8 on johtopäätöksiäni työstä ja sen tuloksista.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS, ONGELMANMÄÄRITTELY JA VIITEKEHYS

2.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Valitsin tämän aiheen, koska se tuli luontevasti työharjoitteluni yhteydessä. Jo työhaastattelussani Rauman Yrittäjille sain tietää, että tällainen työ olisi mahdollista tehdä harjoittelujakson päätyttyä. Minulla oli vain jotain puolittaisia ajatuksia mahdollisesta opinnäytetyöaiheesta, joten ilmoitin heti, että olisin kiinnostunut tämän työn tekemisestä.

Vastaavan tyyppinen tutkimus on toteutettu kaksi kertaa aikaisemmin, mutta niistä tutkimuksista on jo sen verran aikaa, että on tullut ajankohtaiseksi tehdä tutkimus uudestaan, hieman laajemmasta näkökulmasta. Tutkimuksesta saatavia tietoja pystytään hyödyntämään monin eri tavoin keskustan kehittämiseen liittyvissä asioissa.

Työstä hyötyvät sen toimeksiantajina olevat tahot: Rauman Kaupunki, Rauman Yrittäjät ry ja Vanhan Rauman Liikekeskusyhdistys ry. Edellä mainittujen lisäksi työstä hyötyy myös sen tekijä. Työn tekijänä saan toteuttaa tutkimuksen, joka antaa minulle hyvää kokemusta tämän kaltaisen isomman projektin tekemisestä.

Työn tavoitteena on selvittää Rauman kaupallisessa keskustassa toimivien kaupan- ja palvelualan yrittäjien näkemys yrityksensä tilanteesta, toimintaedellytyksistä ja tulevaisuudennäkymistä. Tarkastelu tapahtuu sekä yrittäjien, että kiinteistönomistajien näkökulmasta. Tietojen perusteella voidaan tulevaisuudessa tehdä Rauman keskustasta entistä miellyttävämpi asumis- ja asioimispaikka.

2.2 Opinnäytetyön tutkimusongelma ja –tavoitteet

Tutkimusongelma tässä työssä on, miten Rauman kaupallisen keskustan kauppiaat, liikkeenharjoittajat ja kiinteistönomistajat näkevät alueen nykytilanteen ja tulevaisuuden oman yrityksensä ja liiketoimintansa kannalta?

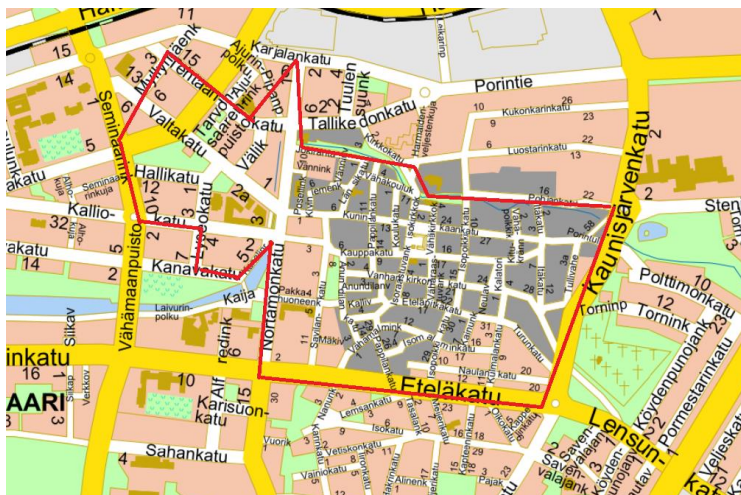
Tutkimusongelman pohjalta opinnäytetyölle voidaan asettaa seuraavat tutkimustavoitteet:

- Mikä on yrityksen liikevaihto ja miten se on kehittynyt?
- Mikä on kiinteistön vuokrataso, miten se on kehittynyt ja miten se tulee jatkossa kehittymään?
- Mikä on kiinteistön arvo ja miten se on kehittynyt?
- Miten kauan yritys on toiminut nykyisissä tiloissa, miten hyvin ne vastaavat yrityksen tarpeita ja onko se suunnitellut muuttoa?
- Ovatko kiinteistönomistajat harkinneet kiinteistön myymistä tai muuttamista asuintiloiksi.
- Onko Raumalle tuleva uusi kauppakeskus uhka vai mahdollisuus kaupalliselle keskustalle?

2.3 Opinnäytetyön rajat

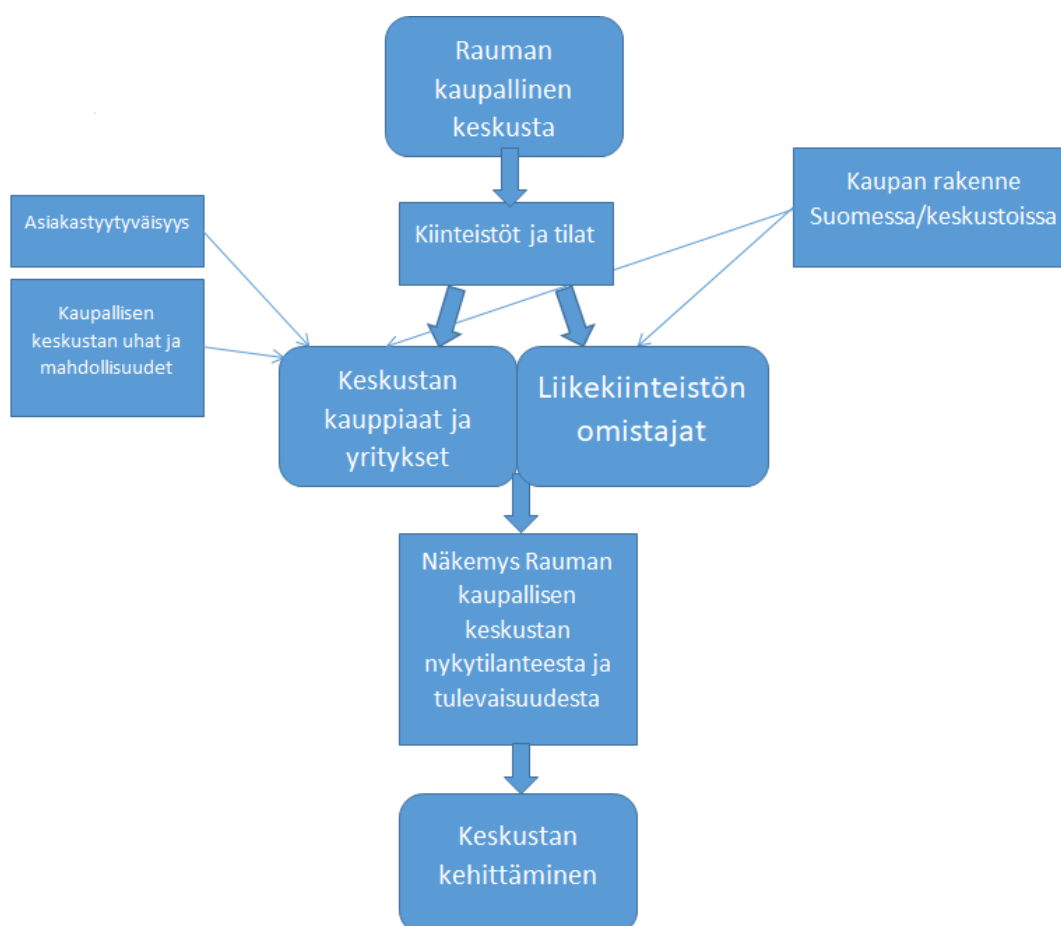
Työssä ei tulla käsittelemään yritysten strategioita tai muutenkaan yritysten ajatuksia tämän työn ulkopuolisista asioista. Työssä ei myöskään ole tarkoitus tuoda esille tekijän mielipiteitä mistään kyselyyn liittyvästä asiasta eikä ylipäättään ottaa kantaa minkään asian puolesta tai sitä vastaan.

Tutkimuksen kohdealueeksi on määriteltä Rauman kaupallinen keskusta, jolle ei ole olemassa tarkkaa määritelmää. Kuvasta 1 näkyy tätä tutkimusta varten määriteltä alue, jolla tarkoitetaan Rauman kaupallista keskustaa.



Kuva 1. Tutkimusalue, Rauman kaupallinen keskusta.

2.4 Käsitteellinen viitekehys



Kuvio 1. Tutkimuksen käsitteellinen viitekehys: Rauman kaupallisen keskustan tilanne ja kehittäminen alueen kauppiaiden, palveluntarjoajien ja kiinteistönomistajien näkökulmasta (Opinnäytetyön tekijä)

Viitekehyksessä kaikki eri osa-alueet johtavat optimitilanteessa keskustan kehittämiseen sekä asuin-, että asioimispaikkana. Viitekehyksessä on pyritty ottamaan huomioon Rauman keskustaan tarkemmin liittyvät muuttajat sekä yleisemmin suomalaiseen kaupan rakenteeseen keskustoissa vaikuttavat tekijät.

3 KAUPPA SUOMESSA

Kaupan perustehtävä on periaatteessa melko kaksijakoinen, koska sen pitää toimia samanaikaisesti sekä elinkeinona liiketaloudellisesti kannattavasti, että samaan aikaan hoitaa jakelu ja turvata kaupan palvelujen saavutettavuus kaikkialla maassa. Kaupan tulee hoitaa palvelutehtävänsä tavalla, joka on omalta osaltaan kannattavaa ja yhteiskunnan kannalta tehokasta ja tasapuolista.

Kauppa voidaan toiminnallisesti jakaa tukku- ja vähittäiskauppaan. Tukkukauppa on yritys, joka myy kaikki tai suurimman osan tuotteistaan vähittäiskaupalle tai toisille palvelu- ja tuotantotoimintaa harjoittaville yrityksille. Vähittäiskauppa puolestaan toimii pääasiassa kotitalouksien kanssa.

3.1 Kaupan tehtävät

Kaupan tavoitteleva kokonaispalvelu tarkoittaa, että erilaisia myymälöitä on tarjolla erilaisille kuluttajaryhmille. Myymälät, jotka toimivat samalla alueella, varmistavat sen, että kuluttajalla on mahdollisuus valita paikka, jossa tekee ostoksensa. Tästä aiheutuu se, että hinnat pysyvät kurissa ja tuotteiden ja palvelujen laatu paranee. (Heinimäki 2006, 10 – 11.)

Taulukossa 1 on kuvattu kaupan perustehtävät ja rooli lyhyesti.

Taulukko 1. Kaupan perustehtävä ja rooli (Päivittäistavarakauppayhdistys, Kauppa 2005, 9)

1.	Tavaroiden ja palvelujen välittäminen Kotimaankauppa välittää tavarat ja palvelut tuottajilta kuluttajille niin tehokkaasti ja taloudellisesti kuin mahdollista
2.	Asiakkaiden kysynnän tyydyttäminen Kauppa tyydyttää asiakkaiden tavaroiden kysynnän ja saavutettavuuden tarpeen
3.	Jakelun hoitaminen koko maassa Kotimaankaupalle asetettu yhteiskunnallinen vastuu on sitä, että kauppa hoitaa tavaroiden jakelun koko maassa ja turvaa kaupan palvelujen saavutettavuuden kaikkialla maassa
4.	Liiketaloudellinen elinkeino Kauppa on elinkeino, joka sopeutuu yhteiskunnassa tapahtuviin muutoksiin ja vastaa niihin. Kaupalla on elinkeinona liiketaloudellinen kannattavuusvaatimus

3.2 Kaupan palvelutaso ja saavutettavuus

Kaupan alan palvelujen saavutettavuuden ja palvelutason turvaaminen on sekä kuluttajille, että yhteiskunnalle tärkeä asia. Suomessa maankäyttö- ja rakennuslaki edellyttää, että kun asemakaava laaditaan, luodaan edellytykset palvelujen alueelliselle saatavuudelle. Asemakaavamääräys voi myös koskea muun muassa kaupan laatua ja kokoa, jos se on tarpeen kaupan palvelujen saatavuuden kannalta. Mitään varsinaisia fyysisiä tai ajallisia enimmäisetäisyyksiä palvelujen saatavuudelle ei ole asetettu.

Kaupan palvelujen saavutettavuudella tarkoitetaan sitä etäisyyttä, joka erottaa myymälän kuluttajasta tai sitä aikaa, joka kuluttajalla menee, että hän pääsee palvelun luokse. Kaupan palvelun saatavuudella taas tarkoitetaan sitä, onko palvelu kuluttajan saatavissa vai ei, ja missä muodossa palvelu on tarjolla. Kaupan palvelujen saatavuus heikkenee myymäläverkon harvenemisen myötä. Taulukossa 2 on tarkemmat selitykset eri kaupan palvelujen saavutettavuudesta ja palvelutason määrittelystä. (Heinimäki 2006, 13 – 14.)

Taulukko 2. Kaupan palvelun saavutettavuus ja palvelutason määrittely (Kaupan toimintaympäristö 2006, 25)

Saatavuus	Kaupan palvelujen olemassaolo ja tarjonta <ul style="list-style-type: none"> - kiinteät myymälät - myymäläautot - sähköinen kauppa - aukioloaika
Saavutettavuus	Kaupan palvelujen käyttömahdollisuus <ul style="list-style-type: none"> - etäisyys (km) - tavoitettavuus (aika) - liikenneyhteydet (kpl; vuoroväli)
Koettu saavutettavuus	Vaiva, jonka kuluttaja (kotitalous) kokee tavaroita hankkies- saan <ul style="list-style-type: none"> - ympäristötekijät (etäisyys, ostosten paino jne.) - myymälän ominaisuudet (aukiolo, kotiinkuljetus, palvelu jne.) - kotitalouskohtaiset tekijät (kotitalouden tarpeet, auton- omistus, kulttuuri jne.)
Palvelutaso	Kaupan palvelujen määrä ja laatu <ul style="list-style-type: none"> - myymälöiden lukumäärä ja täydentävät palvelut - myymälätyypit ja niiden toimintatapa - hintataso ja palvelu - lajitelma ja valikoima - aukiolo - jne.

Kaupan palveluja voidaan tarkastella neljästä eri näkökulmasta: kaupan itsensä kan-
nalta, kuluttajan kannalta, yhdyskuntasuunnittelun kannalta tai yhteiskunnallisten
kustannusten kannalta. Kaupan itsensä kannalta tärkein näkökulma on liiketaloudel-
linen kannattavuus, kun taas kuluttajan näkökulmasta tärkeintä on ostopaikan eri vaa-
timukset kuten sen sijainti, valikoima hintataso ja palvelun taso. (Heinimäki 2006,
15.)

3.3 Kilpailu kaupan alalla

Aivan kuin muillakin aloilla, myös kaupan alalla kilpailulla on tärkeä rooli. Se kannustaa toiminnan kehittämistä ja sen kautta kannattavuuden parantamista. Kilpailu mahdollistaa kustannussäästöjen siirtämisen kuluttajille.

Vähittäiskaupassa tapahtuvan kilpailun voi kiteyttää samalla alueella toimivien, kahden tai useamman myymälän kilpailuun alueen asiakkaiden ostovoimasta. Jotta myymälä voi menestyä tässä kilpailussa, sen tulee korostaa omia suhteellisia etujaan kilpailijoihinsa nähden.

Kaupan alan kilpailua voi olla vaikea mitata, koska ei ole olemassa yksiselitteistä kriteeriä, jolla sitä voisi mitata. Kaupan alan kilpailuun liittyy usein määrällisiä ja laadullisia mittareita, joiden vertaaminen voi tuottaa haasteita. Taulukossa 3 on esimerkkejä eri mittareista, joilla kaupan alan kilpailua voidaan mitata. (Heinimäki 2006, 29 – 30.)

Taulukko 3. Kaupan alan kilpailun mittareita (Kaupan toimintaympäristö 2006, 29)

Määrälliset mittarit	Laadulliset mittarit
1. Myymälöiden lukumäärä (kpl) 2. Myyntipinta-ala/asukas (my-m ² /as) 3. Myyntitehokkuus (eur/my-m ²) 4. Kolmen - neljän myymälän myynti ja markkinaosuus (%)	1. Hintataso 2. Myymälätyypit ja toimintatapa 3. Valikoimien syvyys 4. Palvelutaso 5. Mainonta (määrä ja laatu) 6. Muut mittarit

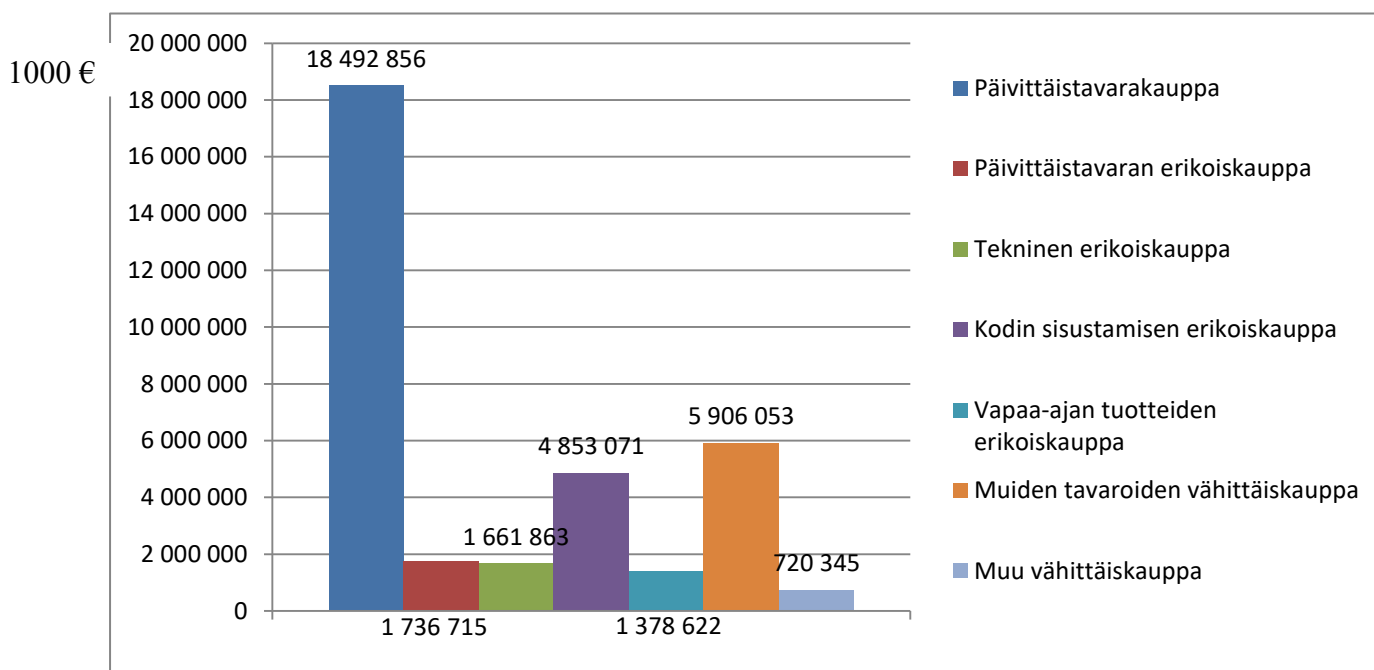
Jokaisella vähittäiskaupalla on omat prioriteetit ja strategiat siihen, miten ne yrittävät saada itselleen edun tässä kilpailussa. Taulukossa 4 on esitetty erilaisia tapoja, joilla kaupat voivat etua tavoitella.

Taulukko 4. Est model. (Ander & Stern 2004, 11)

Hot-est (Kuumiin)	Uusimmat/suosituimmat trendituotteet, joita asiakkaat haluavat
Big-est (Suurin)	Suurin valikoima tuotteita yhdessä myymälässä
Quick-est (Nopein)	Kauppa on sijoitettu/suunniteltu ulkoisesti ja sisäisesti siten, että asiakkaalla ei kulu turhaan aikaa
Easy-est (Helpoin)	Sopiva yhdistelmä oikeita tuotteita sekä helpoutta asioinnissa
Cheap-est (Halvin)	Tuotteet ovat halvempia kuin kilpailijoilla

3.4 Kaupan alan liikevaihto, toimipaikat ja henkilöstö

Vuonna 2016 vähittäiskaupan liikevaihto oli yhteensä noin 38,5 miljardia euroa. Alla olevassa kuviossa 2, on esitetty eri alojen liikevaihtomäärät. Liikevaihdon trendi on ollut alaspäin menevä jo muutaman vuoden ajan, vaihtelut ovat olleet 200 – 300 miljoonan luokkaa vuosittain (Tilastokeskus, vähittäiskaupan liikevaihto).



Kuvio 2. Vähittäiskaupan liikevaihdot toimialoittain vuonna 2016. (Tilastokeskus)

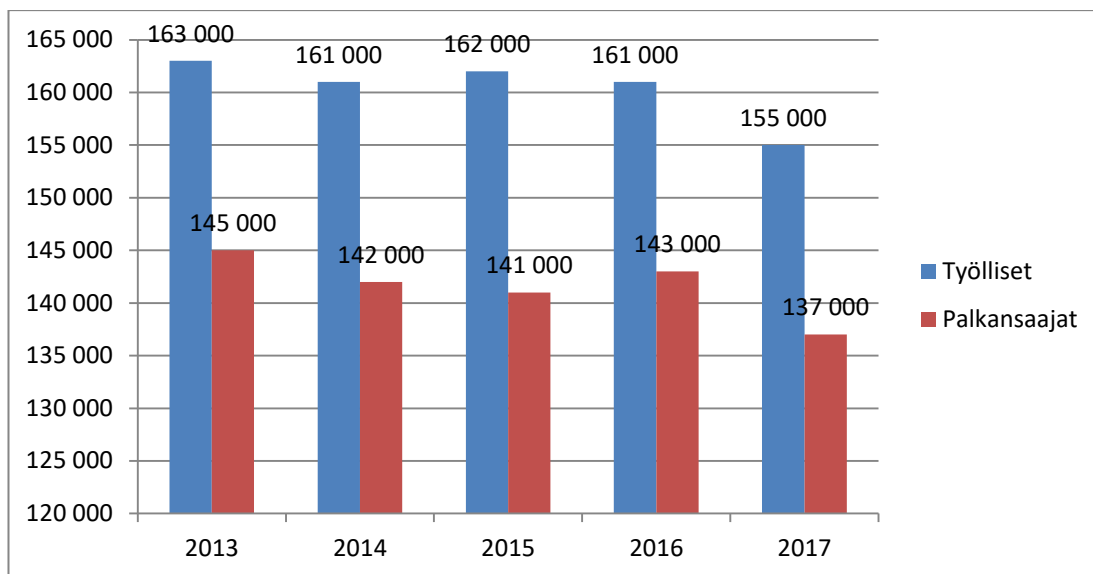
Vähittäiskaupan toimipaikkoja oli Suomessa vuonna 2016 noin 30 000. Taulukossa 5 on listattuna Suomen kymmenen suurinta kuntaa toimipaikkojen perusteella. Mukana on lisäksi Rauman toimipaikkojen määrä, tutkimuksen luonteesta johtuen.

Taulukko 5. Vähittäiskaupan toimipaikkojen määrä vuonna 2016. (Tilastokeskus)

Paikkakunta	Vähittäiskaupan toimipaikkojen määrä vuonna 2016
Helsinki	3379
Tampere	1254
Turku	1095
Espoo	1045
Vantaa	992
Oulu	883
Lahti	714
Jyväskylä	673
Kuopio	626
Pori	609
Rauma	264

Toimipaikkojen määrässä on näkynyt selvä laskeva trendi vuosien 2013 – 2016 välillä. Määrä on vähentynyt noin 2500 kpl noiden kolmen vuoden aikana.

Työpaikkoja vähittäiskaupassa oli vuonna 2017 noin 155 000. Näistä 137 000 oli palkansaajia, eli 18 000 oli joko yrittäjiä tai yrittäjäperheenjäseniä. Kuviossa 3 on esitelty vuosien 2013 – 2017 työllisten ja palkansaajien määrät vähittäiskaupassa.



Kuvio 3. Työlliset ja palkansaajat vähittäiskaupassa 2013 – 2017 (Tilastokeskus)

Edellä olevat luvut on otettu Tilastokeskuksen verkkosivuilta ja ne ovat kustakin aiheesta tuoreimmat luvut. Esimerkiksi työllisten määrät oli saatavilla vuoteen 2017 asti, kun taas toimipaikkojen määrää vuonna 2017 ei ollut vielä saatavilla.

4 ERIKOISKAUPPA SUOMESSA

Erikoiskaupalla tarkoitetaan kestokulutushyödykkeiden ja niihin liittyvien palvelujen myyntiin erikoistunutta vähittäiskauppaa. Erikoiskaupan myymälöissä on yleisesti saatavilla valikoima tietyn toimialan tuotelajitelmaa, joka on monipuolinen ja syvä. Osana erikoiskauppaa on myös alaan liittyvä korkeatasoinen asiantuntemus ja palvelu. (Santasalo 2015, 84.)

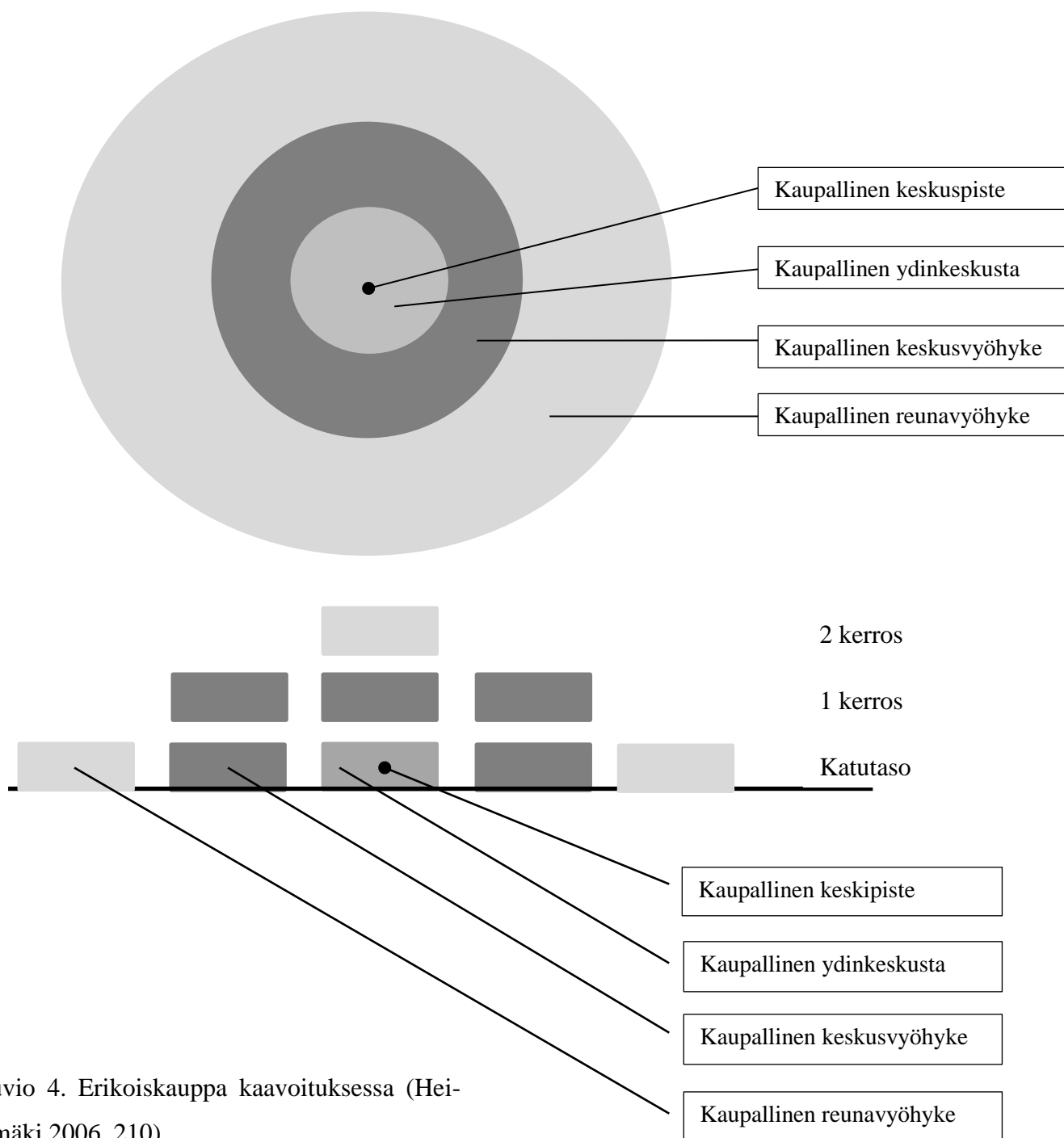
Erikoiskaupan toimialoilla on yhteneväisyyksiä ja eroja sijainnin, tilantarpeen ja toimintatapojen suhteen. Yhteistä niille on se, että saman toimialan erikoiskaupat haakeutuvat lähelle toisiaan ja hyötyvät toisistaan. Eroja taas tulee tilantarpeessa, koska alasta riippuen erot voivat olla hyvinkin suuria. Esimerkiksi sekä kultasepäntiikkeet, että huonekaluliikkeet kuuluvat molemmat erikois kauppoihin, mutta toinen tarvitsee moninkertaisesti suuremman tilan toimintaansa. (Heinimäki 2006, 209.)

4.1 Erikoiskauppa kaavoituksessa/kaupunkisuunnittelussa Suomessa ja Raumalla

Samankaltaiset liikkeet, jotka ovat toiminnaltaan jäsentyneet, sekä toisiaan tukevat kauppapalvelut, edistävät hyvän keskustarakenteen syntyä. Kaupallisten keskustojen rakenne on yleensä muodostunut pitkän ajan kuluessa ja täydentynyt vähitellen. Erikoiskaupalla on ollut tässä merkittävä osa. Kaupan palvelut sijoittuvat usein kaupunkien ydinkeskustoihin. Ydinkeskustat ovat niille erikoiskaupoille luontaisia sijaintipaikkoja, jotka hyötyvät eniten suurista asiakasvirroista ja hyvätasoisesta kaupunkiympäristöstä.

Ydinkeskustan ulkopuolella saattaa olla erilaisia kaupallisia vyöhykkeitä, mutta ne eivät välttämättä ole jäsentyneitä eivätkä selkeitä alueita. Keskustojen ulkopuolelle sijoittuvat erikoiskaupan toimialat, jotka vaativat paljon tilaa ja joilla on yleensä alhainen vuokranmaksukyky. Kaupunkisuunnittelun kannalta ei ole järkevää yrittää sijoittaa esimerkiksi rautakauppaa tai huonekalukauppaa kaupungin keskusta.

Suurin osa erikoiskaupesta sijoittuu kuitenkin kaupunkien keskustoihin. Kaupunkikeskustojen liiketilasta noin 70 prosenttia on vähittäiskaupan käytössä, ja tästä merkittävä osa, noin 60 – 80 prosenttia, on erikoiskaupan käytössä. (Heinimäki 2006, 209 – 211.) Kuviossa 4 on esitetty erikoiskaupan sijoittuminen tummemmilla väreillä, kahdesta eri kuvakulmasta.



Kuvio 4. Erikoiskauppa kaavoituksessa (Heinimäki 2006, 210)

Kaupunkikeskustojen suunnittelussa ja uudistamisessa on otettava erityisesti huomioon kaupan palvelujen ja erikoiskaupan toimivuus. Kaupalliselle ydinkeskustalle pitää varata laajenemistilaa ja suunta johon laajentuminen halutaan. Kaupunkikeskustojen kehittämisen kannalta on tarkoituksenmukaista, että kaavoitus on joustavaa, jotta mahdollisille uusille hankkeille saadaan paremmat toimintaedellytykset. Kaavoituksen tulisi joustaa nimenomaan asioissa, jotka edistävät hankkeen kannattavaa

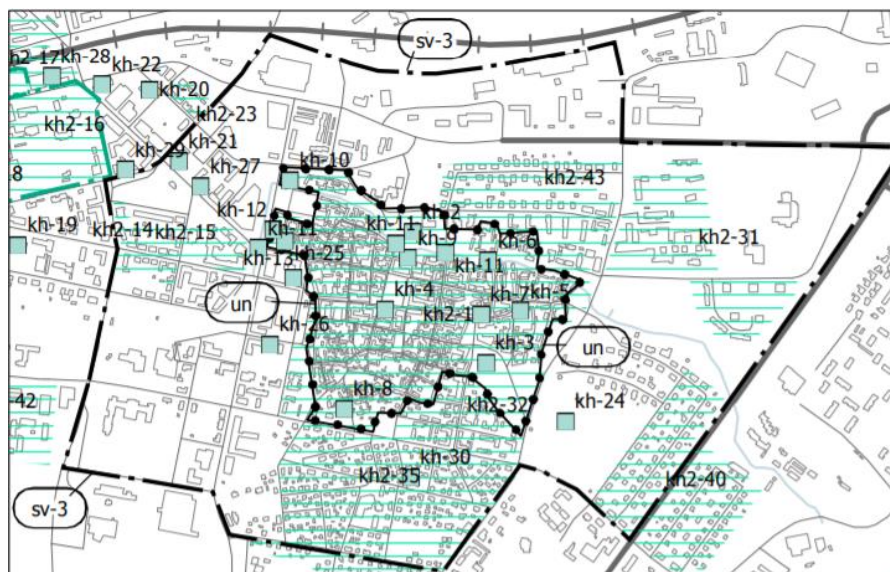
toteutusta. (Heinimäki 2006, 211 – 212.) Taulukossa 6 on käyty tarkemmin läpi kaavoitukseen liittyviä periaatteita, erikoiskaupan näkökulmasta.

Taulukko 6. Erikoiskaupan kaavoitusperiaatteita (Heinimäki, 2006, 211)

1.	Yleiskaavassa osoitettava kaupallisen ydinkeskustan laajenemissuunta
2.	Kaupallinen ydinkeskusta tulisi tiivistää kompaktiksi asiointialueeksi
3.	Kaavoituksella tulee turvata liiketilojen tarjontaa – lievää ylitarjontaa keskustoissa ja niiden ulkopuolella
4.	Keskustan asiakaspysäköinti pitää järjestää moninaisin ratkaisuin (pysäköintitalot yms.)
5.	Keskustassa toimivien myymälöiden huoltoliikenne pitää pystyä hoitaman, jopa kävelykatujen varrella oleviin liikkeisiin
6.	Kauppakeskuksille mahdollistettava kaavalliset valmiudet kaupallisessa ydinkeskustassa
7.	Kaavoituksellinen joustavuus keskustan kaupallisten hankkeiden toteutumisen turvaamiseksi (väljemmät kaavamääräykset)
8.	Keskustan uudistamisessa tulee ottaa huomioon erikoistavarakaupan toiminnalliset vaatimukset ja kannattavuusnäkökohdat

Raumalla toiminnalliseksi ja kaupalliseksi keskukseksi ovat aikojen saatossa muodostunut kauppatori ja sen läheiset alueet Vanhassa Raumassa. Tällä alueella sijaitsee runsaasti kauppoja, ravintoloita ja kahviloita. Vanhan Rauman alue on tunnettu hyvin säilyneistä puutaloistaan, joista vanhimmat ovat 1700-luvulta (Vanhan Rauman verkkosivut 2018).

Vanhan Rauman aluetta suojellaan ensisijaisesti asemakaavalla. Vanhan Rauman asemakaava on peräisin vuodelta 1981 ja sitä pidetään jo vanhentuneena, joten sen uusiminen on vireillä. Suojeluvyöhykkeellä on yhteensä 40 eri asemakaavaa, näihin voi lukeutua yhden tai kahden tontin kokoisia kaavoja. Kuvassa 2 on kartta Satakunnan maakuntakaavasta, jossa näkyy Vanhan Rauma ja sen suojavyöhyke.



un= Vanha
Rauma

sv-3= Suoja-
vyöhyke

Kuva 2. Vanha Rauma ja sen suojavyöhyke. (Satakuntaliiton verkkosivut 2010)

Vanhan Rauman alueen rakennukset voidaan lukea kolmeen eri kategoriaan suojelumerkin perusteella: S-merkittyihin, H-merkittyihin ja merkinnättömiin rakennuksiin. S-merkityt ovat rakennuksia, jotka ovat historiallisesti arvokkaita tai kaupunkikuvan säilymisen kannalta tärkeitä. S-merkityjä rakennuksia voi muuttaa tai korjata, mutta vain siten, että rakennuksen historiallisesti arvokas tai kaupunkikuvan kannalta tärkeä luonne säilyy. H-merkityt rakennukset ovat historiallisesti ja kaupunkikuvaan sopivia rakennuksia. Tällaisten rakennusten säilyminen olisi suotavaa, mutta ne voidaan korvata ympäristöön sopeutuvalla uudisrakennuksella tai niitä voidaan muuttaa/korjata, kuitenkin siten, että muutokset soveltuvat rakennukseen ja sen ympäristöön. Merkinnättömät rakennukset eivät ole suojeltuja asemakaavassa ja ne voidaan korvata miljööseen sopeutuvilla uudisrakennuksilla.

Vanhaan Raumaan liittyy myös uhkia, joista moderneimmissa keskustoissa ei välttämättä tarvitse murehtia. Pääasiallisesti puurakennuksista koostuvan alueen uhkia voivat olla muun muassa: erilaiset tuholaiset, liikenteestä aiheutuvat päästöt ja tulipalot. Yleisemmät uhat kuten voimassa oleva asemakaava, rakennusten säilyminen ja alueen elävyys, eivät voi olla vaikuttamatta myös Vanhaan Raumaan. (Vanhan Rauman hoito- ja käyttösuunnitelma 2016, 5 – 10.)

4.2 Kivijalkakauppa Suomessa ja Raumalla

Kivijalkakaupalla tarkoitettiin alun perin nimenomaan kerrostalojen katutasoissa, eli niin sanotussa kivijalassa, sijainneita kauppoja ja yrityksiä. Nykyään sana kivijalkakauppa tarkoittaa kuitenkin yleisemmin kauppoja, joilla on fyysinen myymälä. Kivijalkakaupan ominaispiirteet ovat suurin piirtein samat kuin erikoiskaupassa. Tästä johtuen kivijalkakauppa on viimeisten vuosien aikana kärsinyt jonkin verran ketjuuntumisesta ja verkkokaupan suosion kasvusta johtuen.

Verkkokauppa on kuitenkin saavuttanut pisteen, jossa sen suosio ei enää kasva, vaan se on jo lähtenyt putoamaan (Parviala 2016). Taulukossa 7 on kuvattuna Tilastokeskuksen suorittaman kyselyn perusteella suomalaisten laskeva verkkokaupassa asiointi.

Taulukko 7. Ostokset ja tilaukset verkon kautta 2015, % -osuus väestöstä. (Tilastokeskus 2016)

	Ostanut tai tilannut joskus verkon kautta	Ostanut tai tilannut verkon kautta vii- meisen 12 kk aika- na	Ostanut tai tilannut verkon kautta vii- meisen 3 kk aikana
Kaikki 16 - 89 v. (%-osuus väestös- tä)	68	63	45

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan verkkokaupassa asioi pienempi määrä suomalaisia kuin ennen. Tai ainakin verkko-ostoksia ei tehdä yhtä säännöllisesti kuin ennen.

Suosion laskua voi selittää esimerkiksi vaatteita ostettaessa, suuri riski sille, että tuotteet eivät ole samanlaisia kuvissa kuin todellisuudessa. Myös tuotteiden kokoja on vaikea hahmottaa nettiselaimen välityksellä. Jossain tuotteessa XL voi olla aivan eri kokoa kuin toisessa. Huonot kokemukset ovat ajaneet ihmiset takaisin kauppoihin, joissa he voivat nähdä, koskea ja kokeilla tuotteita, ennen kuin tekevät ostopäätök-

sen. Monet liikkeet kokevatkin, että kivijalkaliike voi tukea verkkomyymälää ja päinvastoin. (Vedenpää 2015)

Kaupoilla voi myös olla tärkeä rooli sosiaalisena kanssakäymispaikkana. Liikkeen yhteyteen on alettu perustamaan muun muassa kahviloita, jolloin ihmiset voivat tulla viettämään aikaa ystäviensä kanssa, ostosten tekemisen lisäksi. Tällaisen kahvila + myymälä -ajatuksen voi myös viedä pitemmälle tuomalla mukaan ekologiset ja eettiset tuotteet, tai vaikka tukemalla lähiruuan tuottajia, jolloin asiakas voi valinnoillaan tukea haluamiaan ajattelutapoja. (Vedenpää 2015).

Rauman kaupallisen keskustan alueen kaupoista suurin osa voidaan laskea kivijalkakaupoiksi. Alueella on kaksi pientä kauppakeskusta ja alueelle on suunnitteilla uusi liikekeskus, mutta niissä ei ole yhteensä kuin 10 – 15 liikettä tai yritystä. Huomattava enemmistö Rauman Kaupallisen keskustan kaupoista sijaitsee Vanhan Rauman alueella, joka luvussa 4.1 esitetyistä syistä ollut pääpiirteisesti muuttumaton vuosikymmenten ajan.

Raumalla aloitettiin keskustan kehittäminen 2000-luvun vaihteessa. Alkuun kehityskohteena olivat parannustyöt Nortamonkadulla ja Anundilan aukiolla, jotka sijaitsevat aivan Vanhan Rauman kupeessa. Tästä johtuen samoihin aikoihin alettiin myös kehittää alueen kaupallista toimintaa. Nykyään nimellä Rakastunut Raumaan – kauppiat tunnettu yhteisö, joka koostuu pääasiallisesti Vanhassa Raumassa olevista kaupoista/liikkeistä, alkoi yhdessä suunnitella toimia, joilla Rauma saataisiin pysymään elinvoimaisena. Taulukossa 8 on listattuna toimipaikkojen lukumäärät aloittain Rauman kaupallisessa keskustassa. (Rauman Yrittäjien verkkosivut 2016)

Taulukko 8. Rauman kaupallisen keskustan toimipaikkojen määrä toimialoittain. (Rauman kesäkartta, Visitrauma – verkkosivut, 2017)

Majoitus	5
Kauneus ja terveys	10
Kengät ja laukut	4

Kirjakaupat	1
Kultasepäntiikkeet	3
Lemmikit	1
Ravintolat ja kahvilat	20
Ruokakaupat	2
Siivoustarvikkeet	1
Sisustus, käsityöt ja kukat	13
Teatterit ja galleriat	5
Urheilu ja ulkoilu	4
Vaatetus	13
Valokuvaus	2
Muut	12
Yhteensä	96

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on saada Rauman kaupallisen keskustan alueen yrittäjiltä, liikkeenharjoittajilta ja kiinteistönomistajilta ajantasaista tietoa siitä, miten alueen yrityksillä menee tällä hetkellä. Tuloksista saatavaa tietoa voidaan käyttää alueen toiminnan kehittämiseen, esimerkiksi Rauman Kaupungin tai Rauman Yrittäjien toimesta.

5.1 Tutkimusasetelma

Jokaista tutkimusta ohjaa jokin tehtävä tai tarkoitus. Tutkimusasetelma voidaan valita neljästä eri vaihtoehdosta: kartoittava tutkimus, kuvaileva tutkimus, selittävä tutkimus tai ennustava tutkimus. Kartoittava tutkimus selvittää vähän tunnettuja ilmiöitä tai etsii uusia näkökulmia, jopa kokonaan uusia ilmiöitä. Kuvaileva tutkimus koostaa jostain ilmiöstä tärkeimmät ja/tai kiinnostavimmat piirteet tai esittää tarkkoja kuvauksia henkilöistä, tapahtumista tai tilanteista. Selittävä tutkimus etsii selityksiä

ilmiöille, tapahtumille tai tilanteille, käyttäen erilaisia selitysmalleja tuloksien saavuttamiseksi. Ennustavassa tutkimuksessa pyritään arvioimaan jonkin ilmiön ilmenemismuotoja tai seurauksia tulevaisuudessa tai jossain eri yhteydessä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2003, 127-128)

Tämä tutkimus sopii parhaiten kuvailevan tutkimuksen piiriin. Tutkimuksessa on tavoitteena saada Rauman kaupallisen keskustan yrittäjiltä, liikkeenharjoittajilta ja kiinteistönomistajilta ajankohtaiset tiedot alueen nykytilanteesta ja tulevaisuuden näkymistä.

5.2 Tutkimusote

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa, eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään jotakin ilmiötä. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että tutkimusote ja siihen liittyvät menetelmät tavoittavat tutkimuskohteen. Kvalitatiivinen tutkimus sopii parhaiten tilanteisiin, joissa ilmiöstä ei ole tietoa tai teoriaa, ilmiöstä halutaan syvällisempi näkemys, käytetään triangulaatiota tai ilmiöstä halutaan saada hyvä kuvaus. Laadullinen tutkimus mahdollistaa ilmiön ymmärtämisen. (Kananen 2015, 70 – 71.)

Kvantitatiivisessa tai määrällisessä tutkimuksessa on tutkimusongelma, josta voidaan johtaa tutkimuskysymykset. Kysymyksiin saadaan vastaus aineiston avulla. Olemassa olevat teoriat ja mallit ohjaavat määrällisen tutkimuksen kysymysten asettelua, koska ilmiöt tunnetaan teorioiden avulla. Tutkimuskysymykset eivät kuitenkaan ole sama asia kuin tutkimuslomakkeen kysymykset. Lomakkeelle tulee huomattavasti yksityiskohtaisemmat kysymykset. (Kananen 2015, 198.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Määrällisessä tutkimuksessa tärkeää on riittävän suuri ja edustava otos. Aineisto kerätään yleensä standardisoitujen kysymyslomakkeiden avulla. Lomakkeissa on valmiit vastausvaihtoehdot, jotka ovat usein kuvattu numeeristen suureiden avulla. Näistä vastauksista saatu tieto voidaan esittää ja havainnollistaa taulukoilla ja kuvioilla.

Usein määrällisessä tutkimuksessa selvitetään myös asioiden välisiä riippuvuuksia ja tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia. Määrällisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä selville tämänhetkinen tilanne, mutta asioiden syitä ei välttämättä pystytäkään selvittämään. (Heikkilä 2014. 15 – 16.)

Tähän tutkimukseen valittiin kvantitatiivinen tutkimus, koska tutkimuksessa esiintyvät ilmiöt ovat jo olemassa olevia ja niistä on olemassa teoriaa. Lisäksi tutkimus on luonteeltaan sellainen, että se on parhaiten toteutettavissa kyselyllä.

5.3 Tutkimuksen perusjoukko ja otanta

Tutkimuksen kohderyhmällä tai perusjoukolla tarkoitetaan sitä ryhmää, jota halutaan tutkia. Jos perusjoukko on kooltaan erittäin suuri, siitä voidaan ottaa otos, eli pienempi määrä vastaajia, joiden vastausten pitäisi olla heijastettavissa koko perusjoukkoon. Jos taas perusjoukko on kooltaan riittävän pieni, voidaan sitä käyttää kokonaan otantana, jolloin puhutaan kokonaistutkimuksesta eli censuksesta (Kananen 2015, 266 – 269.)

Tämän tutkimuksen perusjoukkona ovat kaikki Rauman kaupallisen keskustan yrittäjät, liikkeenharjoittajat ja kiinteistönomistajat. Perusjoukon määrä tutkimuksessa on reilu 200, jolloin voidaan käyttää kokonaistutkimusta.

5.4 Kysymyslomakkeen laadinta

Kysymyslomakkeen suunnittelu vaatii sitä, että tekijä on tutustunut kirjallisuuteen, pohtinut ja täsmentänyt tutkimusongelmaa, määritellyt käsitteet ja valinnut tutkimusasetelman. Lomaketta suunniteltaessa pitää myös huomioida, miten aineistoa käsitellään. Tekijän pitää tietää, mitä ohjelmaa hän tulee käyttämään tietojen käsittelyssä, miten tiedot syötetään ja millä tavalla tulokset halutaan raportoida. Itse kysymyksiä laadittaessa on tiedettävä kuinka tarkkoja vastauksia halutaan saada.

Tutkimuksen tavoitteiden pitää olla täysin selvillä. Tekijällä pitää olla täysin selvillä mihin kysymyksiin hän vastauksia etsii. Pitää olla varmaa, että tutkittava asia voi-

daan saada selville lomakkeen kysymysten avulla. (Kananen 2015, 203 – 204.) Taulukossa 9 on käyty läpi lomakkeen luomisen vaiheet.

Taulukko 9. Tutkimuslomakkeen laatimiseen sisältyvät vaiheet (Kananen, 2015)

1.	Tutkittavien asioiden nimeäminen
2.	Lomakkeen rakenteen suunnittelu
3.	Kysymysten muotoilu
4.	Lomakkeen testaus
5.	Lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen
6.	Lopullinen lomake

Tätä tutkimusta varten kävimme ensin alustavan keskustelun Satakunnan Ammatti-
korkeakoulun lehtorien, Tapio Pirkanahon ja Teppo Lundellin, kanssa siitä, että mikä
tulisi oleman tämän tutkimuksen tavoitteena. Samankaltainen tutkimus on tehty ai-
kaisemminkin, vuosina 2006 ja 2013, joten nyt oli ajankohtaista saada päivitettyt tie-
dot aihepiiristä. Tämän jälkeen tein ensimmäisen version kyselystä aikaisemman ky-
selylomakkeen pohjalta. Tästä versiosta kehitimme yhdessä työn toimeksiantajien,
Rauman Yrittäjien, Rauman kaupungin ja Vanhan Rauman Liikekeskushdistys ry:n,
kanssa version, jonka siirsin sähköiseksi versioksi Webropol-ohjelmaan. Lomaketta
muokattiin vielä hieman, ennen kuin se oli valmis ja sitä testattiin yhdellä kohdealu-
een yrityksellä. Lomake toimi halutulla tavalla ja oli näin valmis lähetettäväksi koko
perusjoukolle.

Kyselyn luonteen takia siitä luotiin lopulta kolme erillistä lomaketta. Lomakkeet oli
tarkoitettu eri kohderyhmille: kiinteistönomistajille, liikkeenharjoittajille, jotka omis-
tavat oman liikekiinteistönsä ja liikkeenharjoittajille, jotka ovat vuokralla liikekiin-
teistössään. Lopullisten lomakkeiden kysymykset olivat yhtä lukuun ottamatta sellai-
sia, että niihin pitäisi saada numeerinen tai muuten selkeä, vertauskelpoinen vastaus.
Lomakkeiden viimeinen kysymys oli avoin kysymys, josta saatava vastaus on
enemmän mielipiteenomainen.

5.5 Aineiston keruu

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään yleensä kyselyllä. Kysely voi olla perinteinen paperinen kysely, joka jaetaan vastaajille postitse tai henkilökohtaisesti. Kysely voidaan myös toteuttaa sähköisesti, joko sähköpostitse tai kyselyntekoa varten tarkoitettulla ohjelmalla. Sähköisesti toteutettu kysely on nykyään käytetyin muoto, koska siitä on helppo siirtää vastaukset analysointia varten toisiin ohjelmiin.

Kyselyiden lisäksi aineistoa voidaan kerätä haastatteluilla. Ne voidaan toteuttaa henkilökohtaisesti tai puhelimitse, vastaajan halun mukaan. Haastatteluissa on se etu, että vastaukset ovat varmasti luotettavia, mutta haastattelun sopiminen voi olla haastavaa vastaajasta riippuen. (Heikkilä 2014, 64 – 66.)

Internetin kautta tapahtuvat kyselyt sopivat tilanteisiin, joissa on suuri perusjoukko. Ongelmana internetin kautta tapahtuvissa kyselyissä on se, että pitää varmistaa, että kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla on mahdollisuus internetin käyttöön. Internetkyselyllä on mahdollista saada nopeasti suuri määrä vastauksia, mutta riskinä siinä on se, että sähköpostista on helppo ohittaa tahallisesti tai tahattomasti juuri se viesti, jossa kysely on. Internet-kyselyissä on myös suuri riski väärinkäsityksiin ja vastaukset voivat olla tästä johtuen epätarkkoja. (Heikkilä, 2014, 17.)

Tätä tutkimusta varten aineiston keruumenetelmäksi valittiin internetkysely, koska se oli helpoin toteuttaa ja saada suurimalle määrälle perusjoukosta. Aineiston keruun ollessa jo käynnissä huomattiin kuitenkin, että olisi parempi kerätä vastauksia myös haastatteluilla tai paperisilla kyselyillä. Tämä päätös toteutettiin kiertämällä tutkimusalueen yrityksiä, jotka eivät olleet vastanneet sähköiseen kyselyyn. Näille henkilöille annettiin mahdollisuus vastata haastatteluna. Jos se ei sopinut, kysely jätettiin heille paperisena versiona. Henkilöille annettiin kirjekuori, jossa oli postimerkki ja tutkimuksen toteuttajan tiedot, jolloin heidän ei tarvinnut kuin palauttaa se postilaatikkoon, josta se tulisi täytettynä tutkimuksen tekijälle.

Tutkimuksessa käytetyt kyselylomakkeet ovat työn liitteenä (Liite 1).

5.6 Aineiston analysointi

Tutkimuksesta saatavaa aineistoa tullaan analysoimaan lähinnä yksinkertaisemmilla esittämistavoilla, kuten suorilla jakaumilla. Suurin osa kyselyn kysymyksistä on sellaisia, että ne antavat selvän vastauksen, jotka on helppo esittää taulukossa prosentiosuuksina kokonaisvastausmäärästä. Suorassa jakaumassa tarkastellaan yhtä kysymystä kerrallaan. Kysymyksen jokaiselle vastausvaihtoehdolle lasketaan vastauksien määrää vastaava suhteellinen osuus. (Kananen 2015, 288.) Alla olevassa taulukossa 10 on esimerkki suorasta jakaumasta ja siitä, miten se voidaan esittää raportissa.

Taulukko 10. Esimerkki suorasta jakaumasta kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia analysoidessa. (Kananen 2015, 289)

IKÄ N=1000	KPL	%
alle 20 vuotta	277	26 %
20 – 25 vuotta	389	37 %
26 – 30 vuotta	95	9 %
31 – 35 vuotta	83	8 %
36 – 40 vuotta	66	6 %
yli 40 vuotta	143	14 %
YHTEENSÄ	1053	100 %

Tässä tutkimuksessa käytettävässä kyselyssä on myös yksi avoin kysymys. Avointen kysymysten vastausten analysointi voi olla haastavaa, jos vastauksessa on useampia asioita. Vastaus pitäisi pystyä tiivistämään yhteen sanaan, koska ohjelmien koodaaminen perustuu yhden sanan eli muuttujan käyttöön. Kun vastaus on tiivistetty yhteen sanaan, vastaavia sanoja voidaan etsiä muistakin vastauksista. Näille yhden sanan tiivistyksille voidaan antaa numeraalinen koodi, joka mahdollistaa niiden esiintymisten määrän suhteellistamisen sekä esimerkiksi suorana jakaumana esittämisen. (Kananen 2015, 296 – 297.)

5.7 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tieteellisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella kahden käsitteen avulla: työn validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että kuinka oikeita ja aiheeseen liittyviä tutkittavat asiat ovat. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten pysyvyyttä eli jos tutkimus tehdään uudestaan, saadaanko samat vastaukset. (Kananen 2015, 343.)

Määrällisen tutkimuksen yhteydessä puhutaan usein ulkoisesta validiteetista eli siitä, kuinka hyvin tutkimuksesta saatavat tiedot pitävät käytännössä ja populaatiossa paikkansa. Jos tutkimukseen on valittu oikeat henkilöt eli otos kohderyhmästä, jota halutaan tutkia, ovat tutkimustulokset yleistettävissä myös kohderyhmässä. Ulkoisen validiteetin heikkous voi johtua esimerkiksi siitä, että valittu otos ei edusta kohderyhmää, otanta on tehty väärin tai henkilöitä ei tavoiteta. Validiteetti varmistetaan käyttämällä oikeita mittareita. Aikaisemmin tehdyt tutkimukset voivat olla tässä avuksi, koska niissä käytetyt mittarit on todettu toimiviksi ja luotettaviksi.

Reliabiliteetin varmistamiseksi määrällisessä tutkimuksessa on tehtävä uusintamittauksia. Uusintamittauksien tekeminen on kuitenkin haastavaa, koska havaintoyksiköitä voi olla satoja tai jopa tuhansia. Uusintamittaukset eivät myöskään takaa luotettavuutta, koska tutkittava ilmiö voi muuttua ajan kuluessa ja tutkimus itsessään voi vaikuttaa uusintatutkimuksien tuloksiin jos tutkittavat ovat samoja. (Kananen 2015, 343 – 349.)

Tämän työn validiteettia parantaa se, että se perustuu suurimmaksi osaksi aikaisemmin tehtyyn tutkimukseen. Validiteetin parantamiseksi olisi myös hyvä, jos kohderyhmästä saataisiin riittävän suuri otos osallistumaan tutkimukseen. Sen kanssa on taisteltu tämän työn aikana, mutta toivottavasti saatava otos on riittävä validiteetin kannalta.

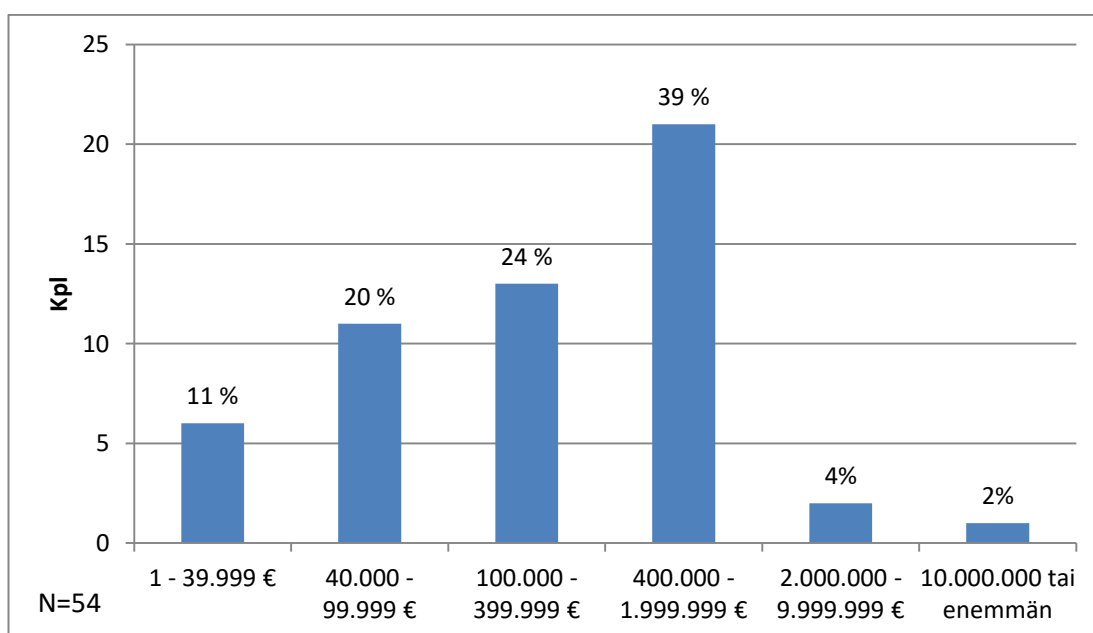
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksesta saatujen vastausten lopullinen määrä on 57. Määrää voidaan pitää siinä mielessä hyvänä, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastausprosentti on yleensä 20 – 30 % -luokassa. Tämän tutkimuksen vastausprosentti on n. 30 %. Vastaukset olivat jakautuneet siten, että vuokralla olevien liikkeenharjoittajien kyselyyn vastasi 37 yritystä, toimitilansa omistavien liikkeenharjoittajien kyselyyn vastasi 16 yritystä ja kiinteistönomistajakyselyyn vastasi 4 kiinteistönomistajaa.

Tässä luvussa tullaan käymään läpi tutkimuksen tuloksia aihe kerrallaan. Aiheella tarkoitetaan tutkimuskysymyksissä haettuja asioita, esimerkiksi liikevaihto ja sen kehitys tulee olemaan yksi aihe.

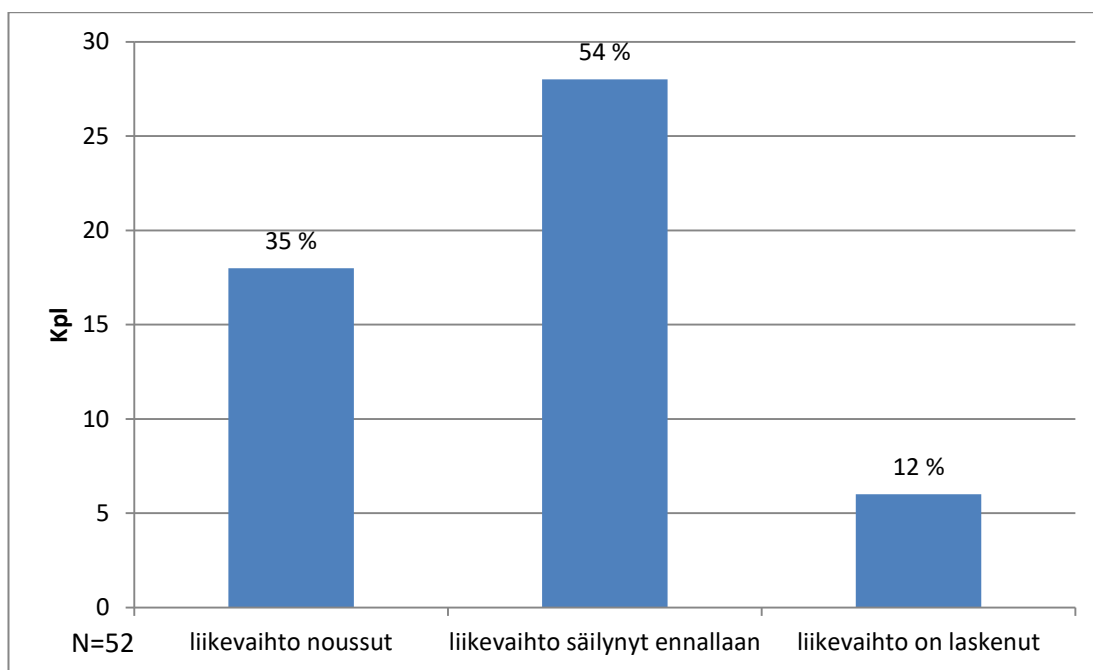
6.1 Liikevaihto ja sen kehitys

Kaikissa kolmessa kyselylomakkeessa tiedusteltiin vastaajilta yrityksen liikevaihtoa. Kysymykseen vastaukseksi pyydettiin joko vuoden 2017 tiedot, tai jos niitä ei ollut käytettävissä, niin vuoden 2016 tiedot. Kuviosta 5 nähdään, että 39 % Rauman kaupallisen keskustan yrityksistä ja kiinteistönomistajista liikevaihto oli 400.000 – 1.999.999 €. Alle 100.000 € liikevaihtoon jäi 31 % vastanneista.



Kuvio 5. Yritysten ja kiinteistönomistajien liikevaihto vuonna 2017 (tai 2016).

Kyselyissä tiedusteltiin myös sitä, kuinka liikevaihto on kehittynyt viimeisen vuoden aikana. Kuviosta 6 nähdään, että vain 12 %:lla yrityksistä tai kiinteistönomistajista liikevaihto oli laskenut. 54 %:lla Liikevaihto oli säilynyt suurin piirtein ennallaan ja 35 %:lla liikevaihto oli noussut.

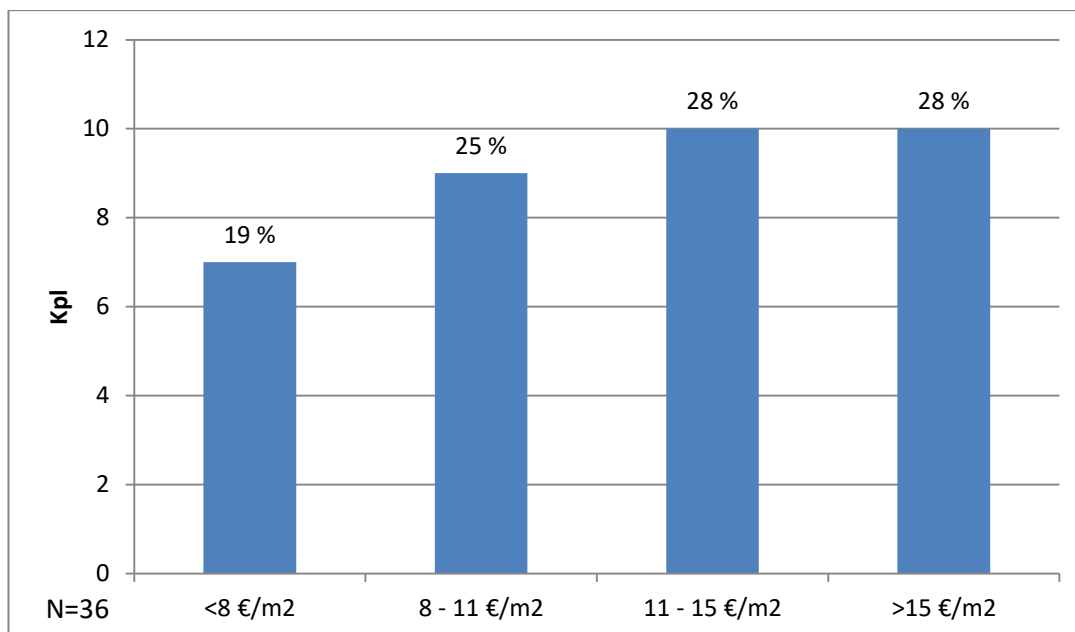


Kuvio 6. Liikevaihdon kehitys vuodesta 2016 vuoteen 2017.

6.2 Vuokrataso ja sen kehitys

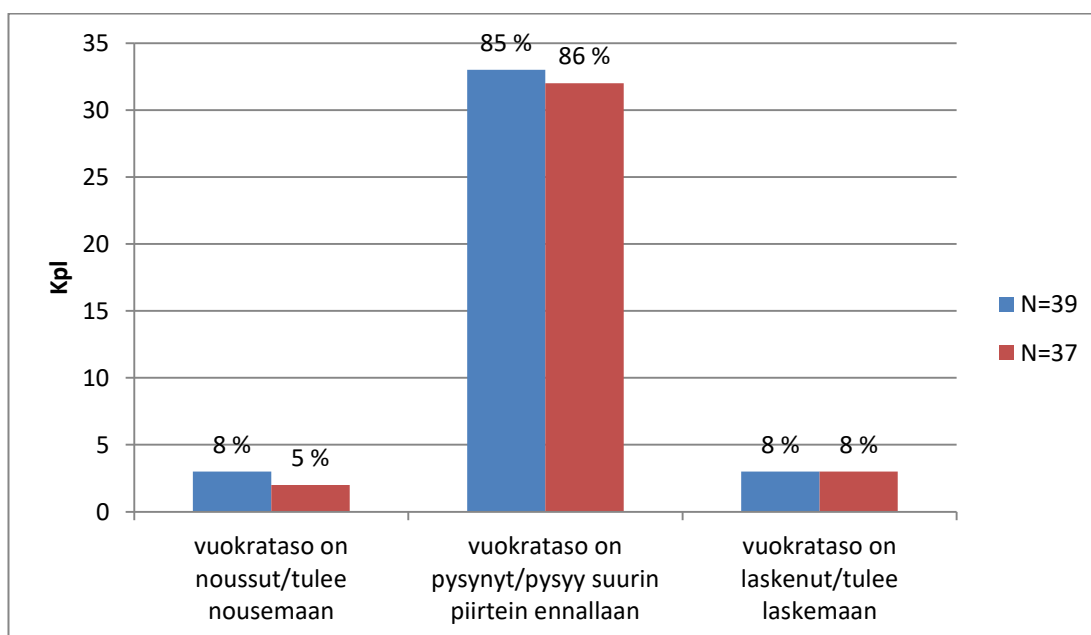
Vuokralla olevien liikkeenharjoittajien kysely oli tämän tutkimuksen kyselyistä ainoa, jossa tiedusteltiin suoraan tämän hetkistä vuokraa. Kiinteistönomistajille tarkoitettussa kyselyssä kyseltiin vuokratason kehittymistä menneiden vuosien osalta, sekä tulevaisuuden arviota vuokran kehittymisestä. Vuokralla olevista liikkeenharjoittajista 65 % toimi liikekiinteistössään pitkäaikaisella vuokrasopimuksella ja 35 % lyhytaikaisella.

Kuviossa 7 on kuvattu tämän hetkisten vuokrien jakautuminen. Vuokrat ovat jakautuneet melko tasaisesti eri vaihtoehtojen välille.



Kuvio 7. Liikekiinteistön vuokra.

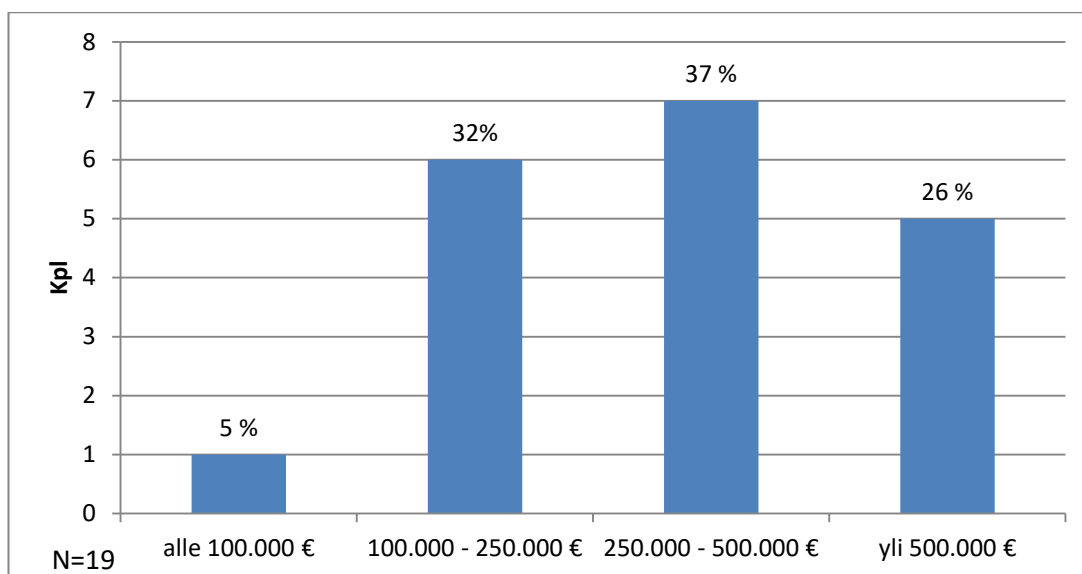
Vuokratason kehittymistä esittävässä kuviossa 8 on yhdistetty kaksi kysymystä, joiden aiheena oli vuokratason kehitys viimeisen kahden vuoden aikana ja vuokratason kehitys seuraavan kahden vuoden aikana. Näiden kahden kysymyksen vastaukset heijastavat melko selkeästi toisiaan. Suurimmalla osasta vastaajia vuokrataso on pysynyt ennallaan ja tulee myös pysymään ennallaan.



Kuvio 8. Vuokratason kehitys viimeiseltä kahdelta vuodelta ja seuraavilta kahdelta vuodelta.

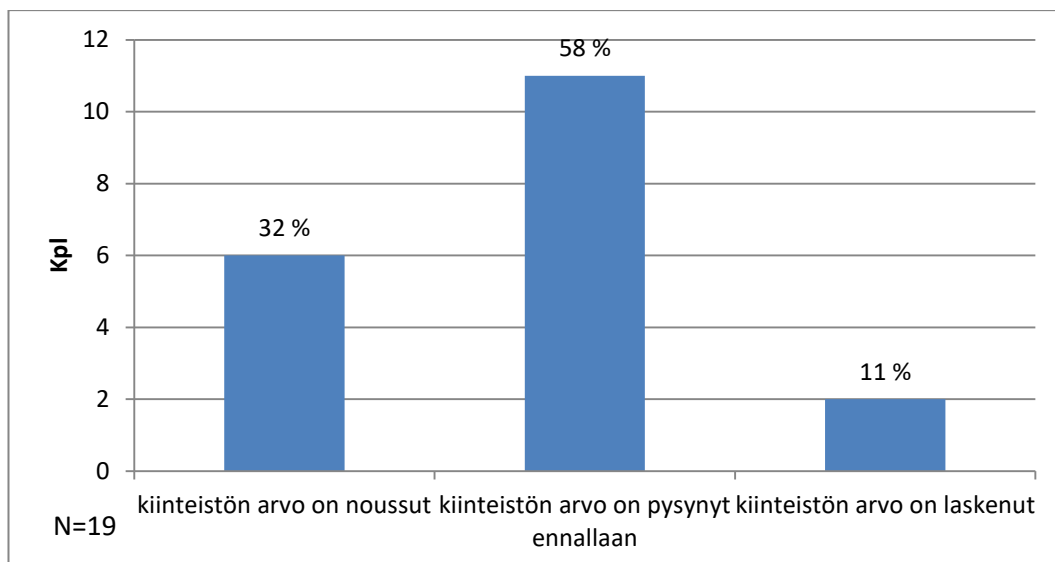
6.3 Kiinteistön arvo ja sen kehitys

Kiinteistön arvoa tiedusteltiin liikkeenharjoittajilta, jotka omistavat liikekiinteistön jossa harjoittavat liiketoimintaansa ja kiinteistönomistajilta. Vain 5 % liikekiinteistöistä oli alle 100.000 € arvoisia. 63 % oli vähintään 250.000 € arvoisia. Kuviossa 9 on esitetty vastaukset tarkemmin.



Kuvio 9. Liikekiinteistön arvo.

Kiinteistönomistajilta kysyttiin myös heidän liikekiinteistöjensä arvon kehityksestä. Kuvio 10 nähdään, että suurimmalla osalla vastaajista kiinteistön arvo oli pysynyt suurin piirtein ennallaan. Vain 11 %:lla kiinteistön arvo oli laskenut.

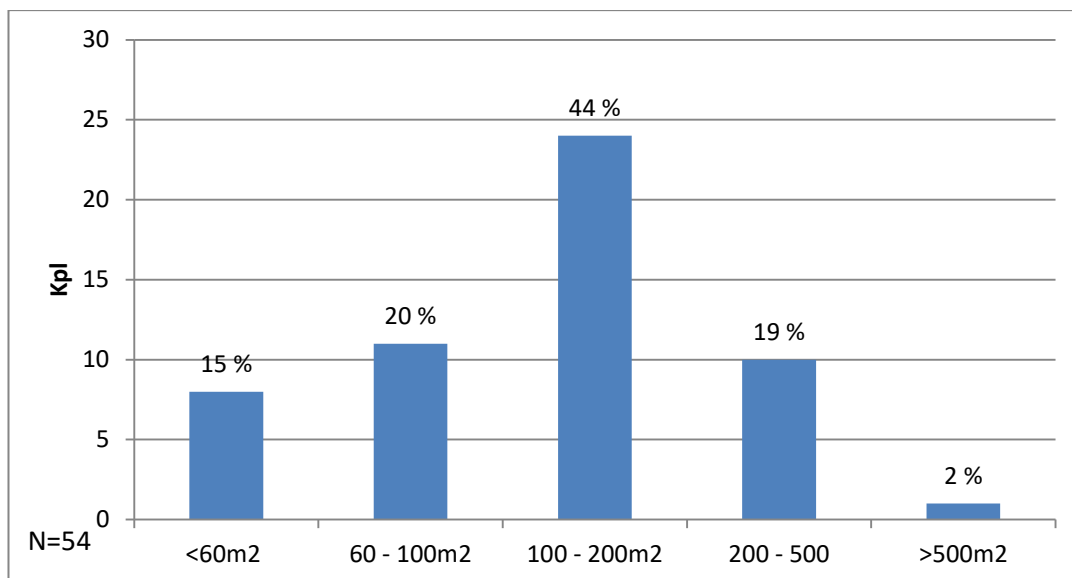


Kuvio 10. Liikekiinteistöjen arvon kehitys, viimeisen kahden – kolmen vuoden aikana.

6.4 Liikekiinteistöjen koko ja toimivuus

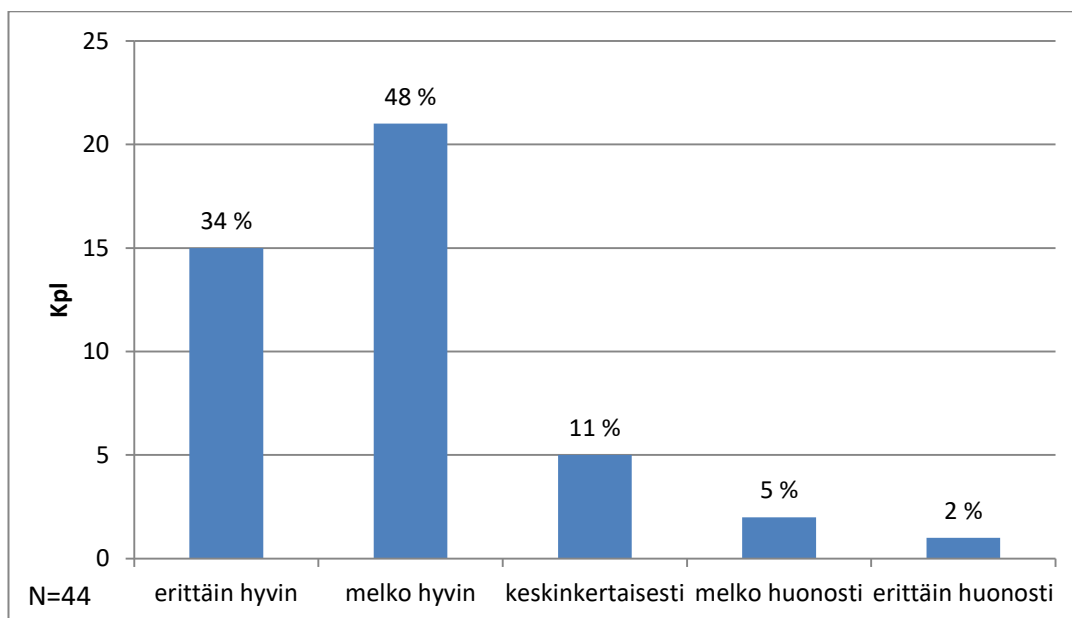
Kaikissa kolmessa kyselylomakkeessa kysyttiin liiketilojen kokoa. Kuviosta 11 nähdään, että melkein puolet vastanneista yrityksistä tai liikkeistä toimii 100 – 200 m² kokoisissa tiloissa. Kyselyyn vastanneista vain yksi toimi yli 500m² kokoisessa tilassa.

Keskimääräinen liiketilojen koko oli noin 150m². Tilojen neliöiden mediaani oli 120m². Pienin yritys toimii 15m² kokoisessa ja suurin yli 550m² tiloissa.



Kuvio 11. Liikekiinteistöjen koot huoneistoneliöinä.

Kyselyistä liikkeenharjoittajille tarkoitetuissa kysyttiin tämänhetkisten liiketilojen toimivuudesta. Kuvio 12 nähdään, että suurimmalla osalla Rauman kaupallisen keskustan liikkeistä on hyvin toimivat liiketilat. Vain 7 % vastasi, että tilat toimivat melko tai erittäin huonosti.



Kuvio 12. Liiketilojen toimivuus.

6.5 Työntekijöiden määrä

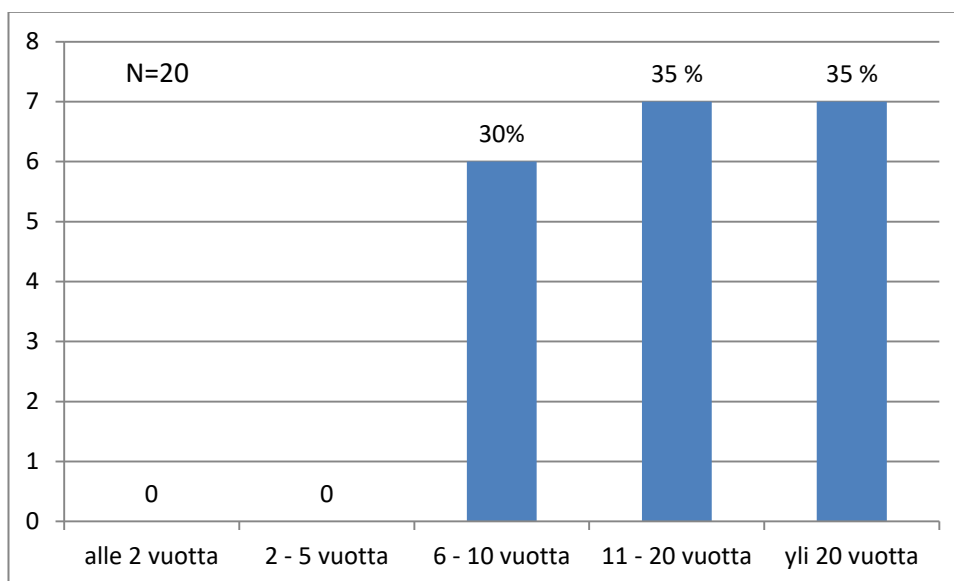
Alla olevassa taulukossa 9 on esitetty vastanneiden yritysten työntekijöiden yhteenlaskettu määrä ja muita tietoja. Päätoimisten työntekijöiden määrät vaihtelivat 1 – 19 välillä. Yhden päätoimisen työntekijän työllistäviä liikkeitä oli 23. Osa-aikaisia työntekijöitä oli ylipäätään noin puolessa vastanneista yrityksistä.

Taulukko 9. Päätoimisten ja osa-aikaisten työntekijöiden määrä.

N=53	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani	Minimi	Maksimi
Päätoimiset työntekijät	173	3,3	2	1	19
Osa-aikaiset työntekijät	51	1,0	1	0	6

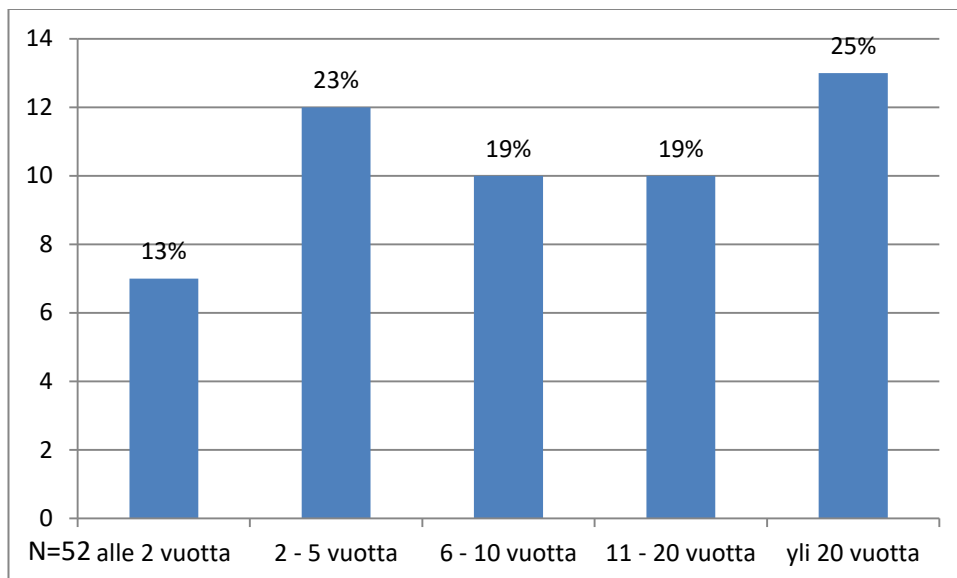
6.6 Toiminta/omistusaika ja kiinteistön myyminen

Kuviossa 13 on esitetty kiinteistönomistajilta kysytty kiinteistönomistusaika. Näihin kyselyihin ei vastannut yhtään kiinteistönomistajaa, joka olisi omistanut kiinteistönsä vähemmän kuin viisi vuotta. Vastaukset vaihtelivat melko tasaisesti loppujen vaihtoehtojen välillä.



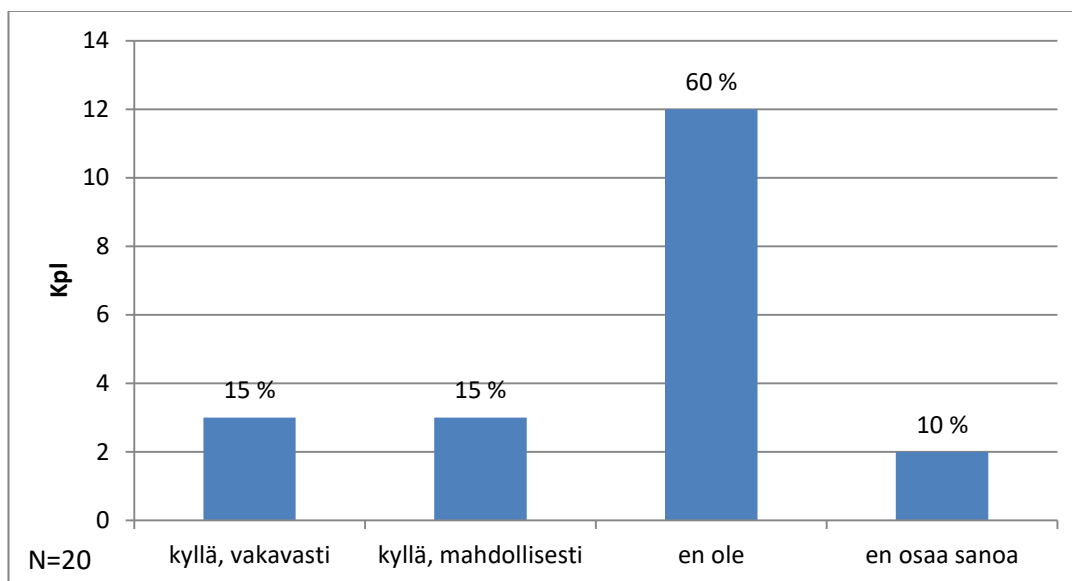
Kuvio 13. Kiinteistönomistusaika.

Kuviossa 14 puolestaan on esitetty kaikilta kysytty kiinteistössä toimimisaika. Kuviossa 14 nähdään, että vastaajista löytyy melko vaihtelevasti eri ajan tiloissaan toimineita yrityksiä. Neljäsosa vastaajista on toiminut samassa kiinteistössä yli 20 vuotta.



Kuvio 14. Nykyisessä kiinteistössä toimimisaika.

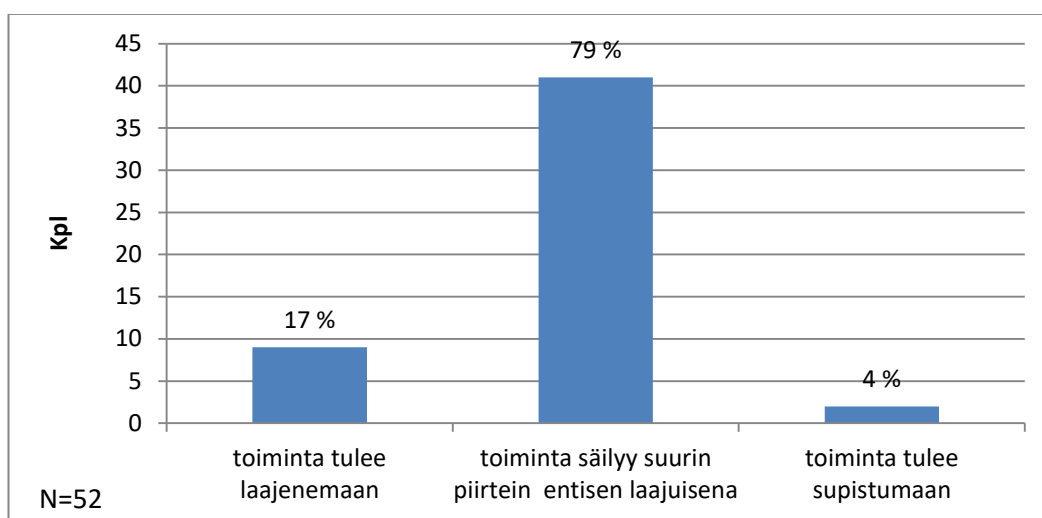
Kuviossa 15 on esitetty kiinteistöjen omistajien mahdolliset myymisaikeet. Selvä enemmistö vastanneista, 60 %, ei ole harkinnut kiinteistönsä myymistä. 15 % on harkinnut myymistä vakavasti ja toiset 15 % myymistä mahdollisesti.



Kuvio 15. Kiinteistönsä omistavien myymisaikeet.

6.7 Yritysten tulevaisuudennäkymät

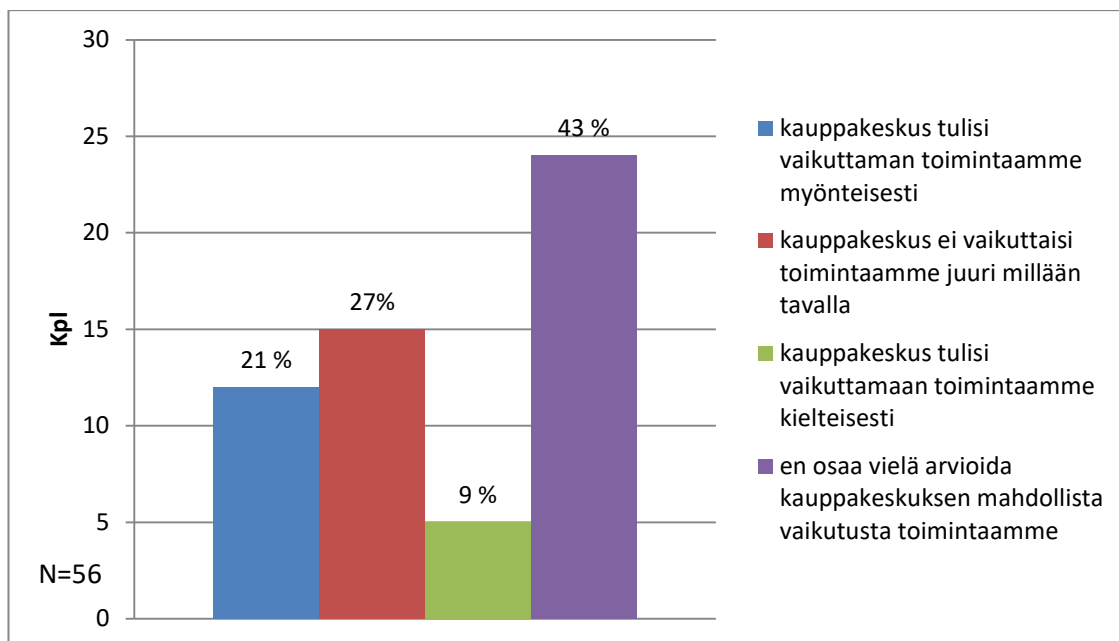
Liikkeenharjoittajilta tiedusteltiin heidän näkemyksiään siitä, miten heidän oman yrityksen tai liikkeen toiminta tulee kehittymään tulevaisuudessa. Kuviosta 16 nähdään, että selkeä enemmistö vastaajista näkee oman toimintansa sellaisena, että se säilyy samankaltaisena kuin ennenkin. Vain kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että toiminta tulee supistumaan. Näistä yhden liikkeen henkilö oli todennut vastauksen yhteydessä, että yrityksen koko toiminta Raumalla tulee loppumaan ja edessä on muutto toiseen kaupunkiin.



Kuvio 16. Oman toiminnan tulevaisuudennäkymät.

6.8 Kanalin länsirannan kauppakeskuksen vaikutukset

Kaikilta vastaajilta kysyttiin myös Raumalle suunnitteilla olevan Kanalin länsirannan kauppakeskuksen mahdollisista vaikutuksista. Kuviosta 17 nähdään, että lähes puolet vastaajista ei pysty vielä arvioimaan kauppakeskuksen mahdollisia vaikutuksia.



Kuvio 17. Uuden kauppakeskuksen vaikutukset omaan toimintaan.

Kuviosta 17 nähdään myös, se kuinka paljon erilaisia mielipiteitä aihe herättää Rauman kaupallisen keskustan ihmisissä. Voi myös olla, että ihmisten ajatukset eivät ole vielä täysin selkeitä, koska kauppakeskusprosessi on vasta niin alkutekijöissä, että sen vaikutukset tulevat selkeämmiksi vasta lähempänä avautumista. Jos samankaltainen tutkimus tehdään esimerkiksi kolmen vuoden päästä, vastukset saattaisivat olla selvempiä.

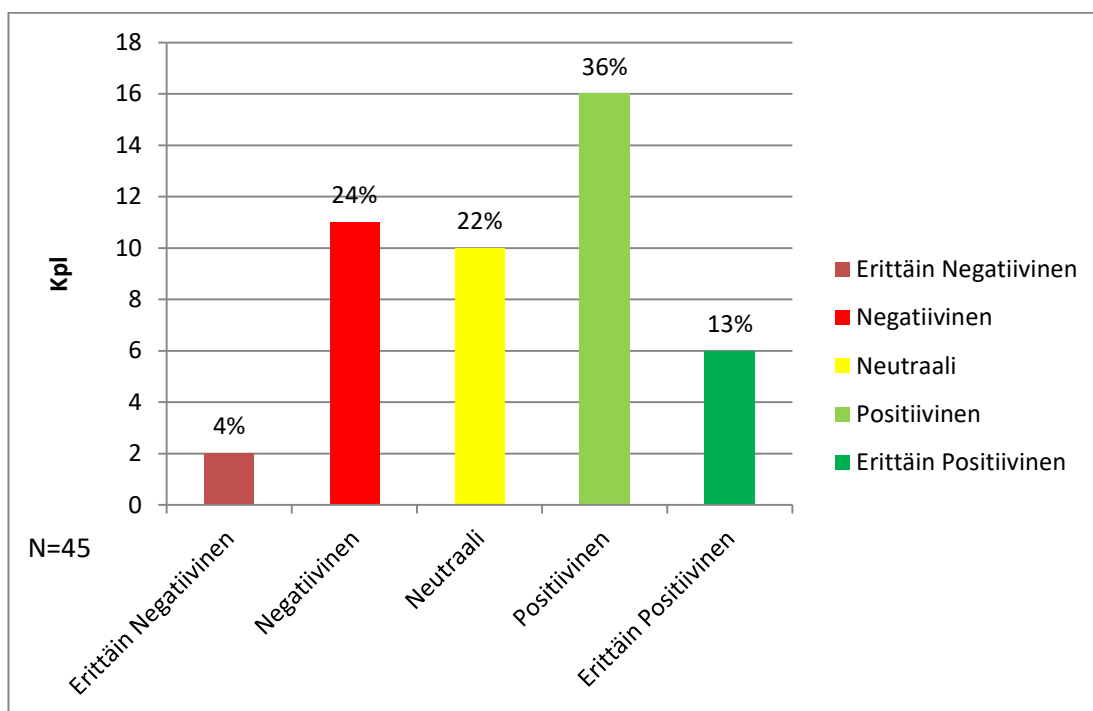
Kauppakeskuksesta puhutaan tutkimuksessa vielä konditionaalissa, koska se on vasta suunnitteluvaiheessa ja korkein hallinto oikeus voi antaa vielä valitusluvan suunnitelmia koskien, jolloin prosessi siirtyy edelleen tulevaisuuteen.

6.9 Avoin kysymys Rauman kaupallisen keskustan nykytilanteesta ja tulevaisuudesta

Tutkimuksessa käytettyjen kolmen kyselylomakkeen viimeisenä kysymyksenä oli avoin kysymys, jolla haluttiin tarkempia mielipiteitä ja ajatuksia Rauman kaupallisesta keskustasta. Vastaukset vaihtelivat muutamasta sanasta pitempiin listauksiin eri asioista, joita Rauman kaupallisessa keskustassa voitaisiin parantaa tai uudistaa. Myös vastausten sisältö vaihteli laidasta laitaan. Jotkut vastauksista olivat hyvinkin

positiivisia ja antoivat Rauman kaupallisesta keskustasta kehityskelpoisen kuvan. Toisaalta osa vastauksista antoi sellaisen kuvan, että ilman suuria muutoksia, Rauman kaupallisen keskustan tulevaisuus ei ole valoisa.

Kuviossa 18 on esitetty avoimen kysymyksen vastaukset viidessä eri kategoriassa, vastauksen luonteesta riippuen. Arviointiskaala on: erittäin positiivinen, positiivinen, neutraali, negatiivinen ja erittäin negatiivinen. Neutraalit vastaukset ovat joko sellaisia, joissa oli sekä positiivisia asioita, että negatiivisia asioita tai sellaisia, jotka olivat selvästi neutraaleja, eli ne eivät ottaneet kantaa selvästi kumpaankaan suuntaan. Vastauksen jaottelun on tehnyt opinnäytetyön tekijä, joten se ei ole välttämättä kaikkein asiantuntevin, mutta tähän työhön riittävän hyvä.



Kuvio 18. Avoimen kysymyksen vastausten jakautuminen.

Vastauksista kaksi oli luonteeltaan erittäin negatiivisia. Näissä mainittiin muun muassa, että kauppakeskusprojektit ovat muissa kaupungeissa aiheuttaneet kävelykatujen kärsimistä ja, että Raumalla ei ole ostovoimaa tarpeeksi isoihin marketteihin, kauppakeskukseen ja kaupallisen keskustan liikkeisiin.

Negatiivisissa kommenteissa nousi esille vuokrien korkea taso ja tyhjien liiketilojen määrä. Esiin tuotiin myös verkkokaupan vaikutukset ja kesäkuuden ulkopuolisen ajan tuomat haasteet. Kesällä Raumalla riittää turisteja ja vierailijoita, mutta muina aikoina asiakkaiden liikkuminen on vähäisempää.

Positiivisista vastauksista nousi esille muun muassa, Vanhan Rauman asema vetonaulana. Unescon maailmanperintökohteena oleminen ja ainutlaatuinen miljöö vetävät tulevaisuudessakin paljon vierailijoita. Kauppakeskus nähdään myös mahdollisuutena, jos se tuo ihmisiä myös Rauman kaupalliseen keskustaan. Keskustan kauppojen ja palvelujen monipuolisuus nähdään yhtenä sen suurimmista vahvuuksista. Myös viime vuosina parantuneet kauppiaiden ja muun yhteisön yhdessä tekemät tapahtumat ja kampanjat mainittiin positiivisina asioina, joista on hyvä lähteä kehittämään toimintaa tulevaisuudessa.

Kaikki avoimesta kysymyksestä tulleet vastaukset ovat luettavissa tämän raportin liitteenä (Liite 2).

7 TULOSTEN YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Rauman kaupallisen keskustan yrittäjien, liikkeenharjoittajien ja kiinteistönomistajien näkemys alueen nykytilasta ja tulevaisuudennäkymistä. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää muiden samankaltaisten tutkimusten kanssa Rauman kaupallisen keskustaan kehittämisessä.

Tutkimus suoritettiin pääasiassa kvantitatiivisella kyselylomakkeella, mutta tutkimuksen aikana myös postitettavaa kyselyä jaettiin vastaajille ja muutama haastattelu pidettiin. Aineiston keruu tapahtui helmi – huhtikuussa 2018. Kyselylomakkeita tehtiin tutkimusta varten kolme eri versiota: liikkeenharjoittajille, jotka ovat vuokralla liikekiinteistössään, liikkeenharjoittajille, jotka omistavat liikekiinteistönsä ja kiinteistönomistajille, jotka omistavat vähintään yhden liikekiinteistön Rauman kaupallisesta keskustasta. Edellisen samankaltaisen tutkimuksen vastaajamäärä oli 77, joten

noin 75 – 100 vastausta asetettiin myös tämän tutkimuksen tavoitteeksi. Vastauksia tuli kuitenkin vain 57, jota voidaan pitää pettymyksenä, mutta riittävänä työn loppuun saattamiseen. Lomakkeissa olleet kysymykset johdettiin tutkimusongelmasta ja tutkimuskysymyksistä. Vastaukset on myös esitetty raportissa tutkimuskysymysten mukaan jaoteltuina.

Vastausten perusteella liikevaihtotaso vaihtelee jonkin verran Rauman kaupallisessa keskustassa, mikä on toisaalta ymmärrettävää, koska alueella on paljon hyvin pieniä yrityksiä ja kourallinen isompia tekijöitä. Liikevaihdon kehitys on myös ollut osittain positiivista, koska suurimmalla osalla vastaajista liikevaihto oli joko pysynyt ennallaan tai noussut.

Vuokrataso on myös vaihteleva Rauman kaupallisessa keskustassa. Mitään yhteneväistä vuokratasoa ei pysty määrittämään. Vuokrataso on kuitenkin vastausten perusteella ollut sama ja tulee olemaan sama myös tulevaisuudessa suurimmalle osalle vastaajista. Kyselyissä olleesta avoimesta kysymyksestä saaduista vastauksista nousi esille kuitenkin useampi kommentti, joiden mukaan vuokratasoa olisi hyvä saada laskettua, jottei yritysten olisi tarpeellista muuttaa pois Vanhasta Raumasta.

Kiinteistöjen arvot ovat kehittyneet siten, että suurimmalla osalla vastaajista se on joko pysynyt samana tai noussut viimeisten vuosien aikana. Varsinkin Vanhassa Raumassa sijaitsevilla rakennuksilla on huomattavia arvollisia vaihteluja, koska vanhojen rakennusten kunnoissa on suuria eroja.

Nykyisten tilojensa toimivuuteen suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä. Vastausten perusteella oli myös ominaista, että samoissa tiloissa on toimittu jo vähintään viisi vuotta. Myös kiinteistönomistajat ovat omistaneet omat liikekiinteistönsä jo pidemmän aikaa.

Noin 15 % kiinteistönsä omistavista oli harkinnut sen myymistä vakavasti. Huomattava enemmistö ei ollut harkinnut kiinteistönsä myymistä ollenkaan.

Tulevaisuudennäkymistään suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että heidän toimintansa tulee pysymään samalla tasolla myös jatkossa. Uusi kauppakeskus on jakanut

alueen melko pitkälti kahtia, osan mielestä sen on selkeä uhka jo valmiiksi hieman seisahtuneelle tilalle, osa puolestaan ottaa kauppakeskuksen enemmän mahdollisuutena, joka toisi koko alueelle lisää asiakkaita.

Tutkimuksesta saadut tiedot ovat mielestäni hyviä. Ne antavat totuudenmukaisen kuvan Rauman kaupallisesta keskustasta. Näiden tietojen pohjalta on hyvä lähteä kehittämään alueen toimintaa tulevaisuudessa. Avoimissa vastauksissakin mainittiin, että viime vuosina eri tahot ovat saaneet Rauman kaupalliseen keskustaan liikehdintää oikeaan suuntaan. Myös tulevaisuudessa tarvitaan ehdottomasti hyvää kommunikointia ja yhteistyötä alueen toimijoiden välillä. Kompromissien löytäminen tietyissä asioissa ajaisi pitkällä aikavälillä todennäköisesti kaikkien osapuolien etuja. Tämän koluokan asiat eivät ole muutettavissa yhdessä päivässä, mutta muutosten liikkeelle laittaminen olisi hyvä aloittaa ennen kuin on liian myöhäistä.

Vertailu vuoden 2013 tutkimukseen

Kun tämän tutkimuksen tuloksia vertaillaan vuoden 2013 tutkimukseen, huomataan, että liikevaihdon osalta luvut ovat pysyneet melko samanlaisina. Vuoden 2013 tutkimuksessa 76 % vastasi, että liikevaihto on 100.000 – 2.000.000 luokkaa (Pirkanaho 2013). Tässä tutkimuksessa vastaava luku on 63 %. Liikevaihdon kehitys oli puolestaan noussut 43 % vuonna 2013 (Pirkanaho 2014). Tässä tutkimuksessa kyseinen luku on 35 %.

Vuokratason osalta vuonna 2013 alle 8 € neliömetriltä vuokraa maksaneita vastaajia oli vain 9 % (Pirkanaho 2014). Tässä tutkimuksessa vastaava luku oli noussut 19 %:n. Vuokratason kehityksen osalta molemmissa tutkimuksissa suurimmalla osalla vastaajista vuokra on pysynyt samalla tasolla.

Kiinteistöjen tilojen toimivuuden osalta vuonna 2013 45 % oli erittäin tyytyväisiä tiloihinsa ja vain 3 %:lla tilat toimivat melko huonosti (Pirkanaho 2014). Tässä tutkimuksessa vastaavat luvut ovat: 34 % erittäin hyvin toimivia tiloja, 5 % melko huonosti ja 2 % erittäin huonosti toimivia tiloja.

Tulevaisuudennäkymistä vuonna 2013 vastaajista 76 %:lla toiminta säilyy ennallaan ja 16 % toiminta tulee laajenemaan (Pirkanaho 2014). Tämän tutkimuksen vastaukset ovat suurin piirtein samoilla linjoilla edellisen kanssa, koska 79 % vastasi, että toiminta säilyy samalla tasolla ja 17 % vastasi, että toiminta tulee laajenemaan.

8 POHDINTA

Tämä opinnäytetyö tuli ajankohtaiseksi, koska edellisestä samankaltaisesta tutkimuksesta oli jo kulunut noin viisi vuotta. Itse tulin mukaan opintoja varten tekemäni harjoittelujakson kautta. Jo työhaastatteluvaiheessa toimeksiantaja kertoi, että harjoittelun lisäksi tämä tutkimus voisi olla sopiva aihe opinnäytetyöksi. Sovimme, että aloitaisin opinnäytetyön tekemisen varsinaisen työharjoitteluni jälkeen, tammikuussa 2018. Aikatauluksi sovimme kevään 2018, kuitenkin niin, että toukokuun aikana tulokset olisivat esitettävissä kunnossa. Työ on edennyt pieniä katkoja lukuun ottamatta hyvin aikataulussaan. Tuloksista pidetään toukokuun lopulla tai kesäkuun alussa esittelytilaisuus toimeksiantajien kanssa.

Työn tekemisen prosessi oli siinä mielessä haastava, että vastaavia tutkimuksia ei opinnäytetyö muodossa ole tehty kovinkaan montaa, jos yhtään. Minulla oli työn alussa hieman vaikeuksia löytää työhön sopivaa teorialietoa. Pienen etsimisen jälkeen teoriaakin löytyi, joten työn tekeminen jatkui ilman pitempää viivästystä.

Seuraava haaste oli vastausten saaminen kyselyihin. Lupaavan alun jälkeen vastausten tulo pysähtyi kokonaan. Kyselyn uudelleenlähetykset toivat aina pienen määrän vastauksia lisää, mutta kokonaismäärä ei ollut edelleenkään kovin suuri. Jälkikäteen voidaan todeta, että vastausten hankkiminen puhelimitse, haastatteluilla tai postikyselyllä olisi pitänyt aloittaa jo aikaisemmassa vaiheessa. Lopullinen vastausten määrä oli 57, joka on 20 vastausta vähemmän kuin edellisessä samankaltaisessa tutkimuksessa. Tämä on ehdottomasti suurin pettymys tämän työn osalta. Vastaajamää-

rä on kuitenkin riittävä antamaan vastauksen tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin, joten mielestäni tutkimusta voidaan pitää onnistuneena.

Tulosten merkittävyyttä olisi voitu parantaa vastausmäärää kasvattamalla, mutta mielestäni tulokset antavat toimeksiantajille hyvää tietoa Rauman kaupallisen keskustan alueesta. Jatkotutkimusmahdollisuudet tämän tutkimuksen osalta ovat mielestäni hyvät. Tässä tutkimuksessa käytettyjä kyselylomakkeita voidaan pienillä muutoksilla soveltaa, jotta niistä saadaan toimivia myös tulevaisuudessa. Rauman kaupallinen keskusta on alueena sellainen, että muutoksia tapahtuu todella paljon, joten kolmen – viiden vuoden kuluttua tehtävä uusi tutkimus olisi mielestäni hyvinkin mahdollinen.

LÄHTEET

- Ander, W. & Stern, N. 2004. Winning at retail – Developing a sustained model for retail success. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo. Edita Publishing Oy
- Heinimäki, H. 2006. Kaupan toimintaympäristö. Helsinki. WSOY Oppimateriaalit Oy
- Heinimäki, H., 2006. Kauppa 2010. Helsinki. Edita
- Hirsjärvi, S., Remes, P & Sajavaara, P. 2003. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.
- Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä. Suomen Yliopistopaino Oy
- Parviala, A. 2016. Verkkokauppa-asiakkaiden määrä kääntyi laskuun – "Käytännössä kaikki ovat jo verkossa". <https://yle.fi/uutiset/3-8789593>
- Pirkanaho, T. 2014. Kartoitus Vanhan Rauman kaupan rakenteesta 2013. SAMK.
- Rauman Matkailun verkkosivut. Rauman kesäkartta 2017. Viitattu 18.4.2018. <https://www.visitrauma.fi/>
- Rauman Yrittäjät ry:n verkkosivut. Rauman Yrittäjien 80 – vuotishistoriikki. 2016. Viitattu 18.4.2018. <https://www.yrittajat.fi/satakunnan-yrittajat/rauman-yrittajat>
- Santasalo, T. 2015. Vähittäiskauppa Suomessa 2015. Helsinki. Libris Oy
- Satakuntaliiton verkkosivut. 2010. Vahvistettavaksi toimitettu Satakunnan maakuntakaava. Viitattu 18.4.2018. <http://www.satakuntaliitto.fi/>
- Tilastokeskus. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö –tutkimus, 2015. Viitattu 13.4.2018.
- Tilastokeskus. Alueellinen yritystoimintatilasto, Toimipaikat kunnittain 2013 – 2016. Viitattu 13.4.2018.
- Tilastokeskus. Alueellinen yritystoimintatilasto, Vähittäiskaupan toimipaikat kunnittain 2013 – 2016. Viitattu 13.4.2018.
- Vanhan Rauman verkkosivut. 2018. Viitattu, 18.4.2018. <https://www.vanharauma.fi/>
- Vanhan Rauman hoito- ja käyttösuunnitelma 2016 – 2019. Vanhan Rauman verkkosivut. Viitattu 18.4.2018. <https://www.vanharauma.fi/organisaatio/vanhan-rauman-hoitokunta/>

Vedenpää, V. 2016. Kivijalkakaupat kiinnostavat jälleen – nettikaupassa ei voi hypistellä vaatteita tai hengailla kavereiden kanssa. <https://yle.fi/uutiset/3-8778101>

LIITE 1

Kauppias-/liikkeenharjoittaja joka omistaa liikekiinteistönsä**1. Liikkeen/yrityksen nimi?**

2. Liikkeen/yrityksen osoite?

3. Vastaaajan nimi?

4. Vastaaajan tehtävä liikkeessä/yrityksessä?

5. Liikkeen/yrityksen toimiala?

6. Yrityksen päätoimisten työntekijöiden määrä? (Yrittäjä mukaan luettuna)

7. Yrityksen osa-aikaisten työntekijöiden määrä?

8. Liikekiinteistön pinta-ala huoneistoneliönä?

9. Yrityksen liikevaihto vuonna 2017? (Jos ei ole vielä vuoden 2017 tietoja, niin vuosi 2016)

- ☐ 1 - 39.999 €
- ☐ 40.000 - 99.999 €
- ☐ 100.000 - 399.999 €
- ☐ 400.000 - 1.999.999 €
- ☐ 2.000.000 - 9.999.999 €
- ☐ 10.000.000 tai enemmän

10. Miten yrityksen liikevaihto on kehittynyt vuonna 2017 verrattuna vuoteen 2016? (Jos vuoden 2017 tietoja ei vielä ole käytettävissä, niin miten liikevaihto kehittyi vuonna 2016 verrattuna vuoteen 2015?)

- ☐ liikevaihto on noussut
- ☐ liikevaihto on säilynyt suurin piirtein ennallaan
- ☐ liikevaihto on laskenut

11. Miten kauan liike/yritys on toiminut nykyisissä tiloissa?

- ☐ alle 2 vuotta
- ☐ 2 - 5 vuotta
- ☐ 6 - 10 vuotta
- ☐ 11 - 20 vuotta
- ☐ yli 20 vuotta

12. Miten hyvin nykyiset tilat vastaavat liikkeen/yrityksen tarpeita?

- ☐ erittäin hyvin
- ☐ melko hyvin
- ☐ keskinkertaisesti
- ☐ melko huonosti
- ☐ erittäin huonosti

13. Mikä on liikekiinteistönne arvo tällä hetkellä?

- ☐ alle 100.000 €
- ☐ 100.000 - 250.000 €
- ☐ 250.000 - 500.000 €
- ☐ yli 500.000 €

14. Miten liikekiinteistönne arvo on kehittynyt viimeisen kahden, kolmen vuoden aikana?

- ☐ kiinteistön arvo on noussut
- ☐ kiinteistön arvo on pysynyt ennallaan
- ☐ kiinteistön arvo on laskenut

15. Oletteko harkinnut liikekiinteistönne myymistä tai sen muuttamista asuinkäyttöön?

- ☐ kyllä, vakavasti
- ☐ kyllä, mahdollisesti
- ☐ en ole
- ☐ en osaa sanoa

16. Miten kauan olette omistanut liikekiinteistöenne Rauman kaupallisessa keskustassa?

- ☐
- ☐ alle 2 vuotta
- ☐ 2 - 5 vuotta
- ☐ 6 - 10 vuotta
- ☐ 11 - 20 vuotta
- ☐ yli 20 vuotta

17. Liikkeen/yrityksen tulevaisuudennäkymät 1-2 vuoden tähtäimellä?

- ☐
- ☐ toiminta tulee laajenemaan
- ☐ toiminta säilyy suurin piirtein entisen laajuisena
- ☐ toiminta tulee supistumaan

18. Raumalle on suunnitteilla ns. Kanalin Länsirannan kauppakeskus, entisen Tarvontorin alueelle. Suunnitelman mukaan kauppakeskuksen liiketiloista suurin osa tulee olemaan yli 200m² kokoisia. Miten arvelette, että uusi kauppakeskus tulisi vaikuttamaan teidän liikkeenne/yrityksenne toimintaan?

- ☐
- ☐ kauppakeskus tulisi vaikuttamaan toimintaamme myönteisesti
- ☐ kauppakeskus ei vaikuttaisi toimintaamme juuri millään tavalla
- ☐ kauppakeskus tulisi vaikuttamaan toimintaamme kielteisesti
- ☐ en osaa vielä arvioida kauppakeskuksen mahdollista vaikutusta toimintaamme

19. Millainen on mielestänne Rauman kaupallisen keskustan nykytila? Entä millaisena näette sen tulevaisuuden?

Kauppias-/liikkeenharjoittajaversio kyselystä

1. Liikkeen/yrityksen nimi?

2. Liikkeen/yrityksen osoite?

3. Vastaaajan nimi?

4. Vastaaajan tehtävä liikkeessä/yrityksessä?

5. Liikkeen/yrityksen toimiala?

6. Yrityksen päätoimisten työntekijöiden määrä? (Yrittäjä mukaan luettuna)

7. Yrityksen osa-aikaisten työntekijöiden määrä?

8. Yrittäjä toimii kiinteistössä

pitkäaikaisella vuokrasopimuksella

lyhytaikaisella vuokrasopimuksella (voimassa toistaiseksi, irtisanomisaika 3kk tai määräaikainen max. 1v. sopimus)

9. Liikekiinteistön pinta-ala huoneistoneliönä

10. Yrityksen liikevaihto vuonna 2017? (Jos ei ole vielä vuoden 2017 tietoja, niin vuosi 2016)

1 - 39.999 €

40.000 - 99.999 €

100.000 - 399.999 €

400.000 - 1.999.999 €

2.000.000 - 9.999.999 €

10.000.000 tai enemmän

11. Miten yrityksen liikevaihto on kehittynyt vuonna 2017 verrattuna vuoteen 2016? (Jos vuoden 2017 tietoja ei vielä ole käytettävissä, niin miten liikevaihto kehittyi vuonna 2016 verrattuna vuoteen 2015?)

liikevaihto on noussut

liikevaihto on säilynyt suurin piirtein ennallaan

liikevaihto on laskenut

12. Mikä on liikekiinteistön vuokra tällä hetkellä? (Ei sisällä sähköä)

<8 €/m²

8 - 11 €/m²

11 - 15 €/m²

>15 €/m²

13. Miten liikekiinteistön vuokrataso on kehittynyt viimeisen vuoden tai kahden aikana?

vuokrataso on noussut

vuokrataso on säilynyt suurin piirtein ennallaan

vuokrataso on laskenut

14. Miten vuokrataso tulee kehittymään seuraavan vuoden tai kahden tähtäimellä?

vuokrataso tulee nousemaan

vuokrataso tulee säilymään suurin piirtein ennallaan

vuokrataso tulee laskemaan

15. Miten kauan liike/yritys on toiminut nykyisissä tiloissa?

alle 2 vuotta

2 - 5 vuotta

6 - 10 vuotta

11 - 20 vuotta

yli 20 vuotta

16. Miten hyvin nykyiset tilat vastaavat liikkeen/yrityksen tarpeita?

erittäin hyvin

melko hyvin

keskinkertaisesti

melko huonosti

erittäin huonosti

17. Liikkeen/yrityksen tulevaisuudennäkymät 1-2 vuoden tähtäimellä?

toiminta tulee laajenemaan

toiminta säilyy suurin piirtein entisen laajuisena

toiminta tulee supistumaan

18. Raumalle on suunnitteilla ns. Kanalin Länsirannan kauppakeskus, entisen Tarvontorin alueelle. Suunnitelman mukaan kauppakeskuksen liiketiloista suurin osa tulee olemaan yli 200m² kokoisia. Miten arvelette, että uusi kauppakeskus tulisi vaikuttamaan teidän liikkeenne/yrityksenne toimintaan?

kauppakeskus tulisi vaikuttamaan toimintaamme myönteisesti

kauppakeskus ei vaikuttaisi toimintaamme juuri millään tavalla

kauppakeskus tulisi vaikuttamaan toimintaamme kielteisesti

en osaa vielä arvioida kauppakeskuksen mahdollista vaikutusta toimintaamme

19. Millainen on mielestänne Rauman kaupallisen keskustan nykytila? Entä millaisena näette sen tulevaisuuden?

Kiinteistönomistajaversio kyselystä

1. Vastaaajan nimi?

2. Montako liikekiinteistöä vastaaja omistaa Rauman kaupallisessa keskustassa?

yhden

kaksi

useampia kuin kaksi

3. Liikekiinteistön osoite? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin vastatkaa erikseen kunkin osalta, eri riveille

4. Liikekiinteistön pinta-ala huoneistoneliönä? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin vastatkaa erikseen kunkin osalta, eri riveille

5. Liikekiinteistön arvo tällä hetkellä? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin vastatkaa erikseen kunkin osalta, eri riveille

6. Miten liikekiinteistön arvo on kehittynyt viimeisen kahden, kolmen vuoden aikana? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin vastatkaa erikseen kunkin osalta

	liikekiinteistön arvo on noussut	liikekiinteistön arvo on säilynyt suurin piirtein ennallaan	liikekiinteistön arvo on laskenut
kiinteistö 1			
kiinteistö 2			
kiinteistö 3			

7. Yrityksen liikevaihto vuonna 2017?

1 - 39.999 €

40.000 - 99.999 €

100.000 - 399.999 €

400.000 - 1.999.999 €

2.000.000 - 9.999.999 €

10.000.000 tai enemmän

8. Miten yrityksen liikevaihto on kehittynyt vuonna 2017 verrattuna vuoteen 2016? (Jos vuoden 2017 tietoja ei ole vielä käytettävissä, niin miten liikevaihto kehittyi vuonna 2016, verrattuna vuoteen 2015?)

liikevaihto on kasvanut

liikevaihto on pysynyt suurin piirtein samalla tasolla

liikevaihto on supistunut

9. Oletteko harkinnut liikekiinteistönne myymistä / muuttamista asuinkäyttöön?

kyllä, vakavasti

kyllä, mahdollisesti

en ole

en osaa sanoa

10. Miten liikekiinteistönne vuokrataso on kehittynyt viimeisen vuoden tai kahden aikana? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin arvioikaa niiden vuokratason kehitystä kokonaisuutena

vuokrataso on noussut

vuokrataso on pysynyt suurin piirtein ennallaan

vuokrataso on laskenut

11. Miten liikekiinteistönne vuokrataso tulee kehittymään seuraavan vuoden tai kahden tähtäimellä? Jos omistatte useampia liikekiinteistöjä Rauman kaupallisessa keskustassa, niin arvioikaa niiden vuokratason kehitystä kokonaisuutena

vuokrataso tulee nousemaan

vuokrataso tulee säilymään suurin piirtein ennallaan

vuokrataso tulee laskemaan

12. Miten kauan olette omistanut liikekiinteistönne Rauman kaupallissessa keskustassa? Jos omistatte enemmän kuin yhden, vastatkaa sen kiinteistön osalta, jonka olette omistaneet pisimpään

alle 2 vuotta

2 - 5 vuotta

6 - 10 vuotta

11 - 20 vuotta

yli 20 vuotta

13. Raumalle on suunnitteilla ns. Kanalin Länsirannan kauppakeskus, entisen Tarvontorin alueelle. Suunnitelman mukaan kauppakeskuksen liiketiloista suurin osa tulee olemaan yli 200m² kokoisia Miten arvelette, että uusi kauppakeskus tulisi vaikuttamaan teidän liikkeenne/yrityksenne toimintaan

kauppakeskus tulisi vaikuttamaan toimintaamme myönteisesti

kauppakeskus ei vaikuttaisi toimintaamme juuri millään tavalla

kauppakeskus tulisi vaikuttamaan negatiivisesti

en osaa vielä arvioida kauppakeskuksen mahdollista vaikutusta toimintaamme

14. Millainen on mielestänne Rauman kaupallisen keskustan nykytila? entä millaisena näette sen tulevaisuuden?

”Prisman tulo hiljensi jo Rauman.”

”Uusi tuleva kauppakeskus on mahdollisuus ja samalla uhka. Kuninkaankadun alkupää jossa kiinteistömme ovat tulee pärjäämään, uskon niin. Välitön uhka on niillä joilla toimintaa ja omistusta torin ”toisella” puolella. Kauppakeskuksen tulon jälkeen moni joutuu lopettamaan, vaikkapa 20 liikettä toivottavasti olen väärässä (todella toivon). Tämä mahdollinen kehitys ja toteuma on samalla myös uhka kiinteistöjen arvolle.”

”Kauppakeskus pystyyn ja nopeasti.”

”Tilanne on tällä hetkellä moninainen: yrityksiä joilla menee hyvin, yrityksiä joissa sukupolven vaihto edessä/päällä, yrityksiä joilla ei voine mennä hyvin, yrityksiä joita verkkokauppa potkii, yrityksiä joille verkkokauppa on mahdollisuuskin, digitalisaa-tiota pitäisi parantaa, yrityksiä joissa kehittämisen resurssit pieniä, yrityksiä jotka pelkäävät kauppakeskuksen vaikutusta aivan aidosti ja todesti, jotkut pelkäävät turhaankin, mikäli kauppakeskus nimeltä Vanha Rauma halutaan oikeasti säilyttää/kehittää niin on kiirus. Rauman kaupungin ja eri toimijoiden otettava koppi ja autettava alueen tilannetta (yrittäjillä toki oma vastuunsa itsestään).”

”Tilanne on jotenkin seisahtunut, pitäisi lisätä aktiivisuutta. Myös kaupungin toimenpiteiden pitäisi olla kaupallisen keskustan olemista tukeva. Kauppakeskus voi parhaimmillaan olla mahdollisuus ja pahimmillaan todellinen uhka ja viimeinen niitti.”

”Nykyinen on hyvä ja kompakti keskusta, johon kaupunki on viime vuosina panostanut paljon. Raumalaisten viihtyvyys on lisääntynyt ja matkailu kasvanut huomattavasti. Tästä hyötyvät luonnollisesti kauppiat. Mikäli kauppakeskus näivettää kaupoja entisestään, varsinkin Vanhasta Raumasta, tulee se pitkällä tähtäimellä kuihduttamaan lisääntynyttä matkailua Raumalle.”

"Selvää positiivista pöhinää on ollut jo parin vuoden ajan ja varsinkin kesäisin Vanha-Rauma vetää vuosi vuodelta enemmän turisteja. Positiiviset odotukset."

"Lupauksista huolimatta kauppakeskuksen pienempien liikkeiden lukumäärää on kasvatettu. Kaikkialla Suomessa kauppakeskukset ovat vahingoittaneet lähistön yrityksiä ja tyhjentäneet liiketiloja ja jopa eläviä kävelykatuja (mm. Hämeenlinna ja Oulu). Raumalla väitetään ilman perusteita tapahtuvan päinvastaista, mutta jo Prisma vei Vanhan Rauman elinvoimaa, työpaikkoja ja liikkeiden kirjoa, vaikka senkin väitettiin tuovan uusia asiakkaita Vanhaan Raumaan. Näin ei todellakaan tapahtunut, päin vastoin, erityisesti tori näivettyi."

"Toivon uutta kauppakeskusta mutta en nykyisessä mittakaavassa. Sopiva kauppakeskus + Vanhan Rauman kehittäminen olisi paras ratkaisu."

"Tila on hyvä , vaikka ajat on kovia esim nettimyynnin takia, liikkeissä paljon vakioasiakkaita jotka haluavat henk koht palvelua.koen että ostoskeskus toisi vaan lisää asiakasta myös vanhan Rauman liikkeissä. Omaan toimintaan ei vaikuta koska emme ole ns myymälä vaan tarjoamme palveluja."

"Viihtyisä, liikkeitä suht monipuolisesti, ainakin ravintola/kahvila-alalla kovaa kilpailua. Uskon tulevaisuuteen ainakin oman yritykseni näkökulmasta. Uusi kauppakeskus kuitenkin suuri kysymysmerkki. Riittääkö asiakkaita Raumalle?"

"Kauppakeskukseen saattavat siirtyä ns ketjumyymälät, jolloin tulee lisää vapaata tilaa. Onko uhka vai mahdollisuus. Perinteiset raumalaiset yritykset tuskin siirtyvät. Miten tällöin Vanha Rauma jatkaa kehitystään? Pitkällä juoksulla uskon Vanhan Rauman voimaan, mutta kun kauppakeskus tulee ja verkkokauppa jyllää niin miten me kestämmme siirtymäajan. Yritykset itse pääsääntöisesti niin pieniä että kaupungin kehittäminen tai edes seuraaminen haastavaa. Kaupungin ja eri toimijoiden on autettava."

"Näkisin, että kauppakeskus toisi kaivattua ryhtiä kaupunkikuvalle, ja aktivoisi kaupunkilaisia."

”Tällä hetkellä on huolestuttavan paljon tyhjiä liiketiloja vapaana Vanhassa Raumassa. Uskon, että kauppakeskus, kun se joskus tulee, kiinnostaa hetken ja kuitenkin Vanha Rauma ja sen pienet putiikit ovat se juttu mikä Raumalle vetää ihmisiä!”

”Houkuttelevuutta ja toimintaa pitäisi saada lisää ja siihen uskon kauppakeskushankkeen tuovan lisäpotkua. Yrittäjäjärjestön aktiivisuus on myös avainasemassa, siitä kiitos vetäjille!”

”Keskustan nykytila on kohtalainen. Vanhaan Raumaan tulisi saada yhtenäisemmät aukiolot ja lisätä myös yhteistä markkinointia alueen hyväksi. Kauppakeskuksen mahdollinen tulo tulee varmasti karsimaan liikkeitä Vanhasta Raumasta, etenkin jos siihen ei valmistauduta. Uskon kuitenkin, että vahvat liikkeet tulevat pärjäämään ja jopa parantamaan liikevaihtoaan kauppakeskuksen tulon myötä.”

”Liikaa tyhjiä liikehuoneistoja, vuokra liian kova?”

”Erittäin huono, ei ostovoimaa, ei asiakkaita, ilman muutosta ei valoisa tulevaisuus.”

”Ihan ok, veikkaan että ison kauppakeskuksen rakentaminen piristää kauppaa aluksi, mutta innostus loppuu melko nopeaan. Mielestäni Rauman kuuluisi juuri keskittyä pitämään Vanha Rauma elinkelpoisena koska se on meidän kilpailuvaltti.”

”Nykyinen tila ”kuollut”. Me tarvitsemme ehdottomasti uuden kauppakeskuksen ja muutoksen kaupungin keskustaan, jossa tällä hetkellä on parhailla paikoilla tyhjiä pellihalleja. Olemme tässä vuosia odotellut vaikka muuttoa uuteen kauppakeskukseen.”

”Vanha Rauma vaatii menestyäkseen uuden keskustassa sijaitsevan kauppakeskuksen . erikoisliikkeet vetävät vanhaan raumaan kauppakeskuksessa kävijät.Tarjonta luo kysyntää jne.”

”Keskus on hyvin hiljainen, tyhjiä liiketiloja on ainakin Kauppakadulla useita. Pidän tilannetta hälyttävänä. Riittäisikö ostovoiman kasvu kohentamaan tilannetta niin jää arvailujen varaan.”

”Kauppakeskus on tarpeellinen, ja se toisi positiivisen sykäyksen Raumalle. Nyt keskusta on vähän pysähtyneisyyden tilassa.”

”Sosiaalisesti ja kulttuurisesti rauman keskusta on vielä paljon tilaa kehittämistä, mun mielestä tärkein asia on että Rauman keskus pysyy elävänä, viranomaiset ja yrityksen uudistukset pitäisi tavoittaa että asukkaat osallistuvat aktiivisesti kaupunkiin elämään ... taloudellisesti tilanne olisi sitten parempi kaikille.

Kauppakeskus idea on vanhan tapaa ajatella miten parantaa talouden tilanne, tulevaisuudessa kaikki tule ostettu netistä. Kauppakeskus on jo kuollut ennen syntymä. Tämän lisäksi isot firmat jotka pääsisivät keskustaan vievät kaikki voitot pois Raumalta (paitsi muutama työpaikat) ja Rauman vanhan keskus tulee kärsimään.”

”Monipuolinen, persoonallinen, toivottavasti jatkossakin.”

”Kasvu saisi näkyä vahvemmin. Tulevaisuudessa kivijalkakauppa joutuu koviin. Tuleva ostoskeskus tuo uhkia (kiristynvä kilpailu) ja mahdollisuuksia (vetovoimainen tekijä). Keskustan vuokrataso on aivan liian korkea siihen potentiaaliin nähden, jota se tällä hetkellä tarjoilee. Vuokratasojen täytyy laskea, tai vastaavasti kiinteistöjen omistajien lähteä kehitysprojektiin mukaan.”

”Eri vuodenaikoina vaihtelee; kesällä vireää , muu aika vaihtelee paljon . Erikoisliikkeenä paikka on nyt hyvä, kauppakeskus voi tappaa koko toiminnan keskustassa ,eikä se tule pärjäämään itsekään täällä,eli aika huonot, jos sille tielle lähdetään.”

”Vanha Rauma on ihan ok mutta väkeä liikkuu huomattavasti vähemmän kuin muutama vuosi sitten. En ole pohtinut tulevaisuutta koska olen päättänyt lopettaa liikkeen tämän vuoden lopussa. Suurempi syy lopettamiseen on terveyden tila, ei mitään vakavaa mutta vie niin paljon aikaa ettei voi pitää sairauslomaa koska myynti on pienentynyt melko paljon.”

”Rauma kaipaa ehdottomasti kauppakeskusta ja myös liikkeiden aukioloaikojen pidentämistä vastaamaan nykyaikaisia tarpeita. Tulevaisuudessa on hyvä olla Vanhan Rauman erikoisliikkeet ja pienet kahvilat/ravintolat, mutta myös kauppakeskus mielenkiintoa kaupungilla kiertelyyn lisäämään.”

”Nykyisin kaupat ovat idyllisessä kohteessa, paljon pieniä erikoisliikkeitä, joiden tarjonta on kattava. Vanha Rauma vetää itsessään jo turisteja, joka on hyvä asia kauppiaille.”

”Tällä hetkellä ei taida paljon olla tyhjiä liiketiloja, mutta aina voisi olla monipuolisempaa tarjontaa.

Tämähän on ainutlaatuinen "kauppakeskus" jota pitäis arvostaa enemmän. Tosin kiinteistöt ovat kovin huonokuntoisia ja siinä valossa melko kalliita. Kosteutta, kylmiä ja tavarantoimitukset asettavat haasteita."

”Haasteellisena, koska vaihtoehto-ostopaikkoja on paljon. Netti, muiden kaupunkien kauppakeskukset, ulkomaan matkat sekä paikallinen kilpailu.”

”Vanha Rauma on kauan toiminut liikkeen keskuksena ja luulisi ettei siellä ole tyhjiä liikehuoneistoja, mutta on ja vaihtuvuus on normaalia, mutta ei saa uhata yrittäjien toimeentuloa tai lopun uhkaa. Sitä ihmetellen että onko Raumalaisilla itsellään käsitys että keskustan liikkeissä olisi kalliimpaa vaikka näin ei ole vaan yrittäjien täytyy tulla toimeen ja kulut täytyy maksaa, kauppakeskuksen tulo voi hetkellisesti vaikuttaa, ja talviaikaan täällä pienissä liikkeissä on turhan hiljaista, varsinkin alkuvuosi, on ollut erittäin hiljainen, en voi uskoa muuta kuin että olen kokenut tämän. Ja niin on kuulemma kaikilla, onko näin? Missä on asiakkaat, vaikka on joulukuu ja pitsiviikko, niin ei kompensoi 6 kk hiljasta aikaa.”

”Tyhjiä liikehuoneistoja kunhan ei tule, niin positiivisesti näemme tulevaisuuden.”

”Vanhan Rauman kiinteistöt tyhjenevät mikäli vuokranantajat eivät laske kiinteistöjen vuokria. Kuntoonsa nähden vuokrat ovat monessakin kohteessa kohtuuttomat. Vuokranantajat pitävät mielummin kiinteistöjä tyhjänä kuin että vuokraisi sitä yhtään halvemmalla yrittäjille. Tämä tarkoittaa myös sitä että Vanha Rauma hiljenee mikäli kauppakeskus tulee Tarvontorin paikalle. Lisää joustavuutta muutenkin vuokranantajien suunnalta tarvitaan.”

”Nykytila on melko odottava mutta hyvä. Toivon mukaan tulevaisuus tuo enemmän asiakkaita. Riippuu siitä miten hyvin saadaan keskusta pidettyä viihtyisänä ja elinvoimaisena.”

”Nykytila on hyvä, koko ajan kehitellään mm. uusia tapahtumia. Tulevaisuus näyttää hyvältä, mikäli kehitystä jatketaan entiseen malliin.”

”Kaupallinen keskusta kaipaa kohennusta vanhan Tarvontorin ruman kiinteistön tilalle. Sopivan kokoinen liikekeskus sen tilalle on toivottava. Vanha Rauma pienine liikkeineen on idyllinen, mutta tyhjiä liiketiloja olisi sieltäkin hyvä saada täyttymään. Useita isompia liikkeitä (Sokos, Aleksi13, Seppälä yms) on poistunut vuosien varrella, joten niiden tilalle olisi hyvä saada uusia.”

”Raumalla ei mielestäni ole varsinaista kaupallista keskusta. Rauma on jakautunut tässä kolmeen osaan.”

”Positiivinen ja kehittyvä.”

”Kesäkaupunki on.”

”Raumalla junnataan paikallaan tällä hetkellä.”

”Netti uhka muuten samankaltainen kuin nyt.”

”Uskon Vanhan Rauman vetovoimaan, mutta tarvitaan jotain toimintaa joka vahvistaa sitä. Liikaa hiljaisia kuukausia, pitäisi saada ympärivuotista aktiivisuutta tukemaan Vanhaa Raumaa.”

”Ainutlaatuinen, monia hyviä erikoisliikkeitä.”

”Vanhojen rakennuksien aika rajallinen, uusi kauppakeskus työllistää, unesco turistit.”